

Іміджеутворююча діяльність органів державної влади

Ольга Порфимович,

кандидат філологічних наук,

доцент Інституту журналістики

Національного університету ім. Т. Шевченка

Сам факт піклування певної державної структури про поліпшення власного іміджу, як публічного, так і корпоративного, є ознакою політичної культури цієї структури. У статті розкриваються поняття, що є засадничими для процесу позиціонування, зокрема, системи Міністерства внутрішніх справ України: корпоративний (внутрішній імідж) міліції, авторитет міліції, громадська думка щодо її діяльності як серед пересічних громадян, так і серед членів самої корпорації (системи МВС України).

Об'єкт дослідження – система МВС України в контексті формування її іміджу, як публічного, так і корпоративного.

Позиціонування (позиціювання) – це, на нашу думку, комплекс заходів (управлінський цикл), що має на меті відокремити об'єкт позиціонування від інших подібних; визначити місце об'єкта позиціонування в соціумі, сформулювати і довести його суспільну значущість; створити навколо об'єкта атмосферу довіри та сприяння з боку громадськості, що, зрештою, допомагатиме йому ефективніше виконувати свою суспільну роль.

За визначенням І. Вікентьєва, позиціонування – це „створення і підтримка (відтворення) зрозумілого клієнтам образу, іміджу” [1, с. 12]. „Позиціонування” (від англійського „position” – позиція, місце) є новим терміном в сучасній науці. Він використовується переважно в дослідженнях з маркетингу. Оскільки цей термін ще не став широковживаним, то зустрічається різне його написання й вимова: „позиціонування” та „позиціювання”. Вважаємо доречним використання першого варіанта, бо він найточніше відповідає англійському аналогу з коренем „positio-”. На нашу думку, слово „позиціонування” точніше передає зміст терміну: визначення позиції, місця, ролі (position). Слово „позиціювання” є похідним іменником від дієслова „позиціювати”, тобто „ставити в позицію”, що зміщує істинний зміст поняття.

1. Корпоративний (внутрішній) імідж системи МВС України

Корпоративний імідж – це внутрішнє налаштування співробітників системи МВС та членів їх сімей. Потужний вплив на сприйняття корпорації зовнішніми групами (широкою громадськістю) справляють її співробітники (внутрішня громадськість). Слід, перш за все, звертати увагу на розбіжності в думках співробітників корпорації, котрі перебувають на різних щаблях штатного розпису. „...спосіб взаємодії різних людей, форми спілкування між ними, методи, за допомогою яких керівництво знаходить спільну мову з підлеглими, формують відповідну культурну атмосферу, котра, в свою чергу, впливає на поведінку співробітників у стосунках одне з одним та з людьми за межами організації” [2, с. 308]. Процеси формування публічного і корпоративного іміджу тісно пов’язані.

Складовими і одночасно чинниками, що впливають на корпоративний імідж міліції, є внутрішня (корпоративна) ідеологія системи МВС, дотримання законності окремими співробітниками під час виконання ними службових обов’язків, дисципліна, етика і культура спілкування у своєму середовищі та з громадськістю, постійне підвищення культурного та освітнього рівня, протидія професійній деформації, гордість за свою професію і бажання прилучити до неї своїх дітей, онуків. Від корпоративного іміджу системи МВС залежить престиж служби в міліції.

Відаючи професійній етиці одне з перших місць у службовій діяльності працівників міліції, відзначимо, що їх етична поведінка лежить в основі формування, закріплення та розвитку авторитету як усіх міліцейських служб, так і кожного працівника зокрема. По суті, діяльність працівників міліції побудована на владних та етичних засадах [3, с. 6].

Концептуальні засади підготовки й перепідготовки управлінських кадрів розробляються в працях В. Авер’янова, В. Атаманчука, В. Бабкіна, В. Бебика, Б. Гаєвського, М. Головатого, Н. Гринивецької, В. Князева, В. Кременя, В. Лугового, П. Надолішнього, О. Оболенського, Н. Нижник, В. Яцуби та інших. Комплексний підхід до розв’язання саме етичних проблем сучасного службовця простежується в працях В. Авер’янова, Н. Нижник. Методологічні засади дослідження моральної культури закладено культурологічною школою В. Іванова, а також його послідовниками Є. Бистрицьким, В. Малаховим та іншими.

2. Авторитет міліції та окремих її співробітників

Авторитет є обов’язковим елементом конструкції будь-якої професії, оскільки відображає позитивні якості і працівників, і самої професії [4, с. 31]. В загальноприйнятому значенні поняття авторитету асоціюється з формою практичного впливу і навіть влади. В широкому смислі це загальноновизнаний вплив носія професії чи установи в різних сферах суспільного життя, засноване на знаннях, моральних засадах; у вузькому розумінні – одна з суттєвих форм здійснення влади [5, с. 18; 6, с. 80 – 87].

На думку П. Мельника, принципово важливою особливістю фактора авторитету є його відносна нестабільність, необхідність постійно його підтверджувати й поглиблювати в процесі суспільної практики [7, с. 21]. П. Мельник пише, що важко погодитися з визначенням поняття авторитету як явища однозначно стабільного. Наприклад, з таким: „Авторитет... значення чи вплив, котрі можуть мати люди, речі, не маючи потреби в постійному підтвердженні цього значення, в доведенні його на ділі” [8, с. 10]. „Життя переконали: авторитет в будь-якій галузі складається поступово, а руйнується переважно швидко і навіть миттєво. Авторитет потребує в доведенні його переваг на справах, в реальних умовах життя” [7, с. 22].

Загальне трактування авторитету працівників міліції визначається їх особистісною характеристикою взагалі, а особливо – характером виконання ними професійних функцій. Професійний авторитет працівників міліції утверджується не стихійно, а обумовлюється тривалим терміном засвоєння параметрів заданої моделі на теоретичних і практичних засадах професіоналізму [9, с. 20; 10, с. 60]. Професійний авторитет все частіше асоціюється з професійною культурою, інтелектуалізмом і визначається загальною культурою особистості. „Всі три елементи професії (спеціальності) – авторитет, культура, інтелектуалізм – формуються і закріплюються в процесі надбання, становлення та вдосконалення професіоналізму” [7; с. 23].

3. Громадська думка щодо діяльності міліції

Г. Гегель у праці „Філософія права” запропонував досить розгорнуту концепцію громадської думки. Він розглядав громадську думку у зв'язку з аналізом державного устрою, де він виокремлював законотворчу й урядову владу, а також елемент верств населення. Основна роль останнього, на думку філософа, полягає в існуванні публічної свідомості як емпіричної спільності багатьох поглядів і думок. Ця спільність має форму людського здорового глузду, в якому віддзеркалюється загальний стан справ. Вчений чітко визначав те об'єднуюче, що є в сукупності індивідуальних думок, спільних справ, проблем, які викликають загальний інтерес. Ця ідея найбільш повно подається у визначенні: „Формальна, суб'єктивна свобода, яка полягає в тому, що окремі особистості як такі мають і висловлюють власну думку, судження про спільні справи і дають поради відносно них, проявляється в тій сумісності, що називається громадською думкою” [11, с. 336]. Дослідження громадської думки є, певним чином, дослідженням реальності.

Громадська думка щодо діяльності міліції виникає, формується і функціонує як сукупність оціночних суджень, котрі виражають ставлення соціальних груп до поведінки окремих співробітників міліції та ефективності діяльності всієї системи МВС України. Відображення

дійсності громадською думкою має оціночний характер – позитивний або негативний. Специфіка громадської думки полягає в тому, що це не лише усвідомлене, а й оцінене буття.

Для здійснення заходів з позиціонування міліції необхідно, перш за все, знати стан об'єкта позиціонування. А цей стан визначається шляхом вивчення громадської думки. Крім того, громадська думка є цінним джерелом інформації щодо діяльності міліції; вона здійснює коригуючий вплив на її діяльність. Можна сперечатися стосовно того, що формування позитивної громадської думки на 90 % залежить від добрих вчинків і лише на 10 % – від поширення інформації. Вочевидь, терези домінант полярно змінили своє положення. Як і раніше, ставлення населення до органів охорони порядку переважно має формуватися на основі якості надання відповідних послуг населенню. Але це ставлення значною мірою складається і під впливом мас-медіа.

4. Стан громадської думки (внутрішнє налаштування членів корпорації) в міліцейському середовищі як об'єкт дослідження

У травні 2005 року ми провели анкетування співробітників міліції в Києві. Було опитано більше 100 чоловік із служби дільничних інспекторів міліції (ДІМ), понад 100 співробітників Державної автомобільної інспекції (ДАІ) стільки ж співробітників патрульно-постової служби міліції (ППСМ).

Анкета містила 14 запитань. Доступність їх була перевірена на фокус-групі. Будувалася анкета за принципом трифазності: адаптаційні запитання; запитання, покликані досягти поставленої мети; запитання, що знімають напругу після спілкування з інтерв'юером.

Запитання були двох типів – змістові та функціональні. До функціональних були віднесені запитання-фільтр і контрольне запитання. Змістові запитання поділялися на: 1) запитання про факти, 2) запитання про думки, настановлення, мотиви поведінки.

Помилка вибірки – 1 - 1,5 %.

Мета дослідження – виявити достовірну, територіально закріплену інформацію щодо означеної правоохоронної галузі та з'ясувати проблемні вузли для подальшого їх розв'язання; з'ясувати стан громадської думки в міліцейському середовищі щодо об'єкта позиціонування – міліції та її ролі в соціумі.

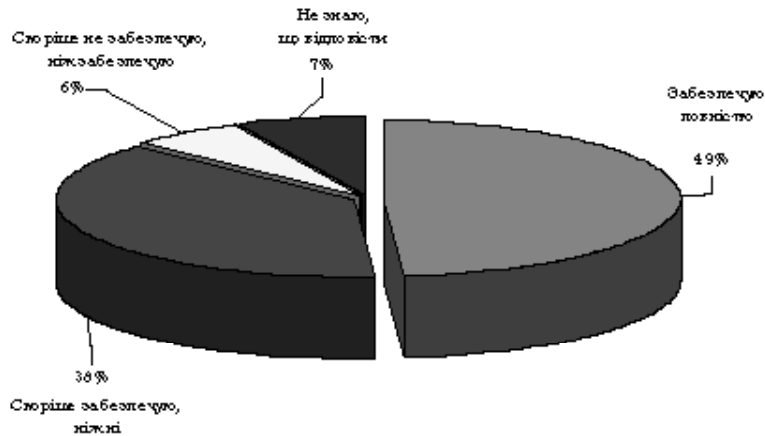
Оцінка рівня забезпечення законності співробітниками міліції під час виконання своїх обов'язків розподілилася за різними службами так (діаграми 1 – 3):

Діаграма 1

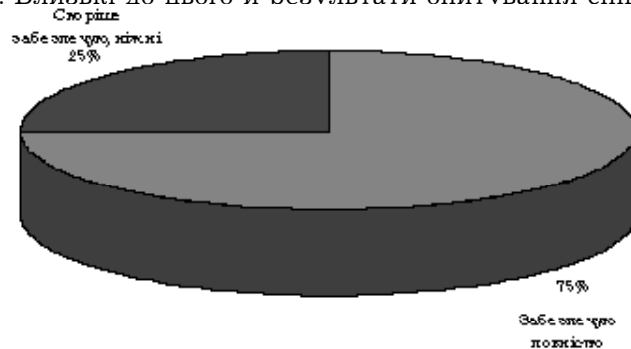
Оціночні судження дільничних інспекторів міліції щодо забезпечення ними законності під час виконання службових обов'язків

Діаграма 2

Оціночні судження співробітників державтоінспекції щодо забезпечення ними законності під час виконання службових обов'язків



За результатами опитування можна зробити висновок, що співробітники ДАІ практично не мають сумнівів щодо якісного виконання своїх обов'язків: 100 % респондентів упевнені в безпомилковості своєї правозастосовчої діяльності. Близькі до цього й результати опитування співробітників



підрозділів патрульно-постової служби: лише 3 % з них сумніваються в законності власних дій під час несення служби. Але ж численні факти, що оприлюднюються в ЗМІ, та свідчення громадян переконують у протилежному! І лише дільничні інспектори міліції дали на поставлене запитання відповіді, що свідчать про здатність критично мислити: сумарно 87 % дільничних переконані у власній правоті під час здійснення службових повноважень. Однак 6 % співробітників цієї служби не мають такої впевненості (відповідь „скоріше не забезпечую, ніж забезпечую”) і

7 % не знали, що відповідати.

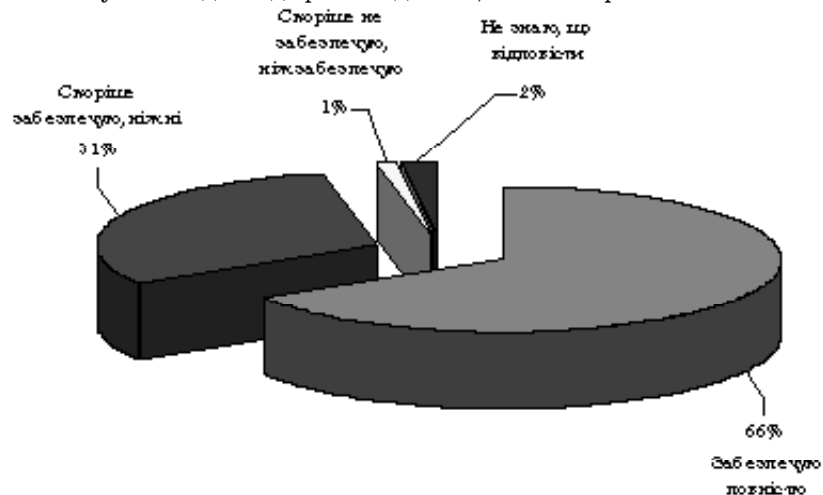
Діаграма 3

Оціночні судження співробітників патрульно-постової служби щодо забезпечення ними законності під час виконання службових обов'язків

Інший показник – оцінка ефективності роботи міліції – є також важливим чинником для формування у свідомості громадян (реципієнтів послуг міліції) її позитивного іміджу.

Так, ефективність функціонування міліції в країні працівники ДІМ, ДАІ та ППСМ оцінили наступним чином (діаграми 4 – 6).

Аналізуючи відповіді респондентів, можна зробити висновок про



оптимістичне налаштування співробітників міліції в підрозділах ДАІ та ППСМ: більшість із них вважають, що міліція діє ефективно. Так, у цьому впевнені 92 % співробітників ДАІ та 95 % - ППСМ. Зовсім інша картина спостерігається серед дільничних інспекторів: лише 8 % з них висловилися на користь однозначної ефективності, 49 % оцінюють роботу міліції скоріше ефективною, ніж ні. Однак 27 % схиляються до того, що робота міліції є скоріше неефективною, 8 % респондентів назвали її неефективною взагалі, а ще 8 % вагалися з відповіддю.

Діаграма 4

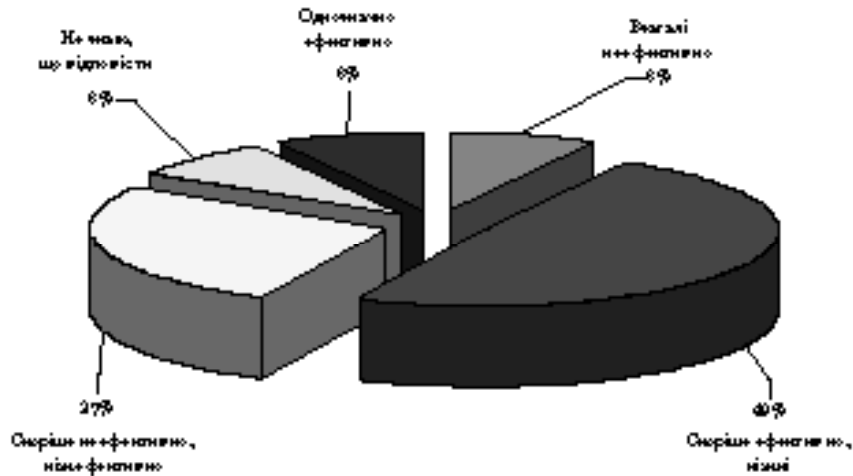
**Чи ефективно працює міліція в країні?
(Оцінка дільничних інспекторів міліції)**

Діаграма 5

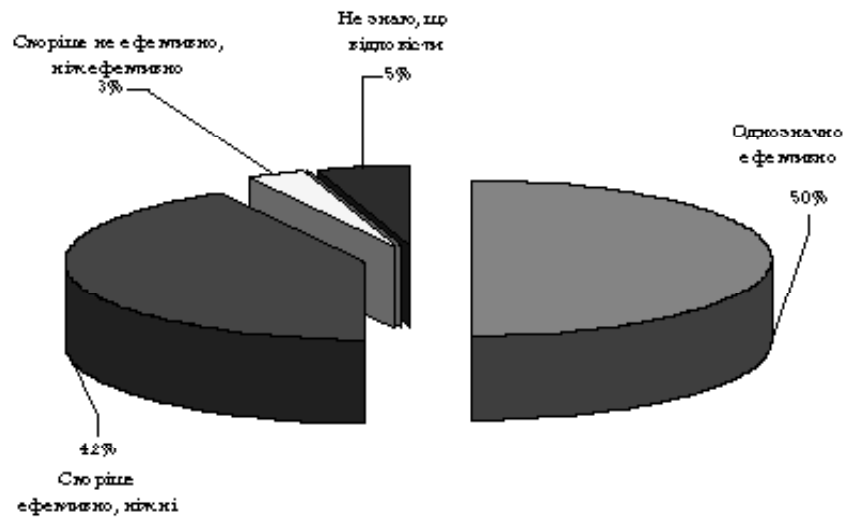
Чи ефективно працює міліція в країні?

(Оцінка співробітників ДАІ)

Нами було спрогнозовано розбіжності у відповідях щодо ефективності



роботи міліції, тому в анкету було вміщено так зване контрольне запитання, відповідаючи на яке, респондент міг оцінити не ефективність роботи всієї міліції (абстракція), а ефективність власної роботи на довірених

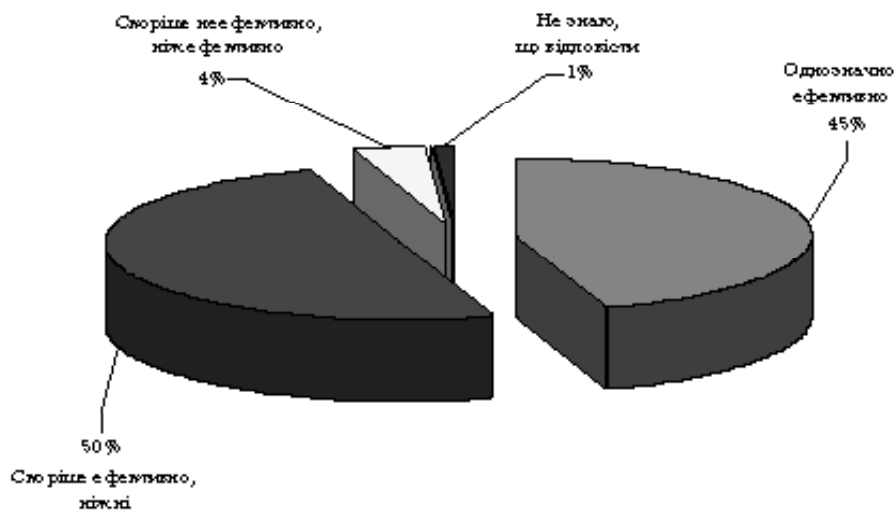


йому ділянці (конкретика). Відповіді на контрольне запитання подано в порівняльній діаграмі 7.

Діаграма 6

Чи ефективно працює міліція в країні? (Оцінка співробітників ППСМ)

Отже, співробітники ДАІ та ППСМ дали знову позитивні відповіді на запитання щодо ефективності роботи (вже не лише міліції взагалі, а й власної). Дільничні інспектори мали сумніви: 17 % зазначили, що скоріше не справляються, ніж справляються з покладеними на них обов'язками, 3 % визнали, що повністю не справляються і 7 % вагалися.



Виникає запитання: чому така велика розбіжність в оцінках ефективності діяльності міліції взагалі та ефективності власної діяльності в середовищі представників різних служб?

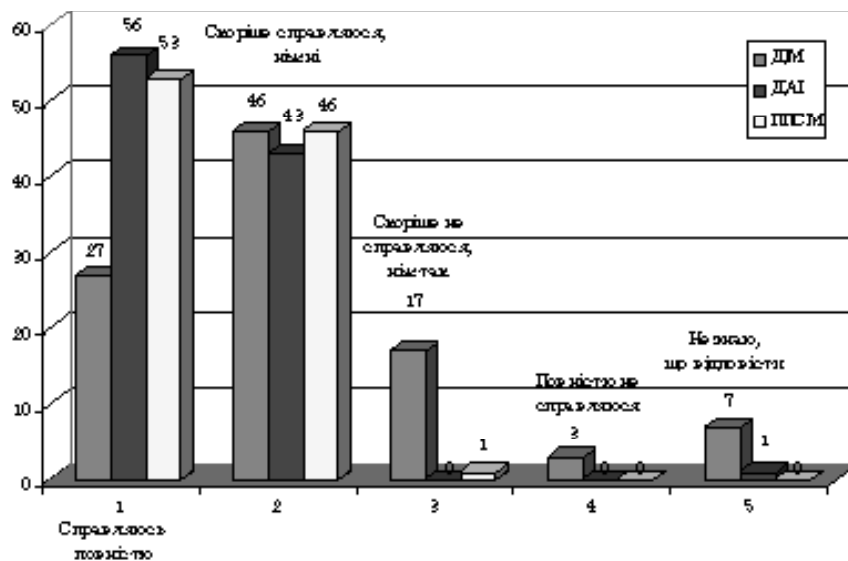
На нашу думку, тут є два фактори.

1. Співробітники ДАІ та ППСМ є членами досить великих і відносно сталих колективів. А колективам притаманні такі ознаки, як корпоративний дух, корпоративна ідеологія, взаємовиручка (а, отже, допомога у виконанні службових обов'язків), а також кругова порука. Крім того, в колективах побутує сформована колективна думка та оціночні судження (можливо, й помилкові) щодо тих чи інших явищ або подій. А колективна думка завжди менш критична, ніж індивідуальна, що підтверджують і результати наших соціологічних досліджень. Що стосується дільничних інспекторів, то вони виконують свої обов'язки переважно самостійно, навантаження на одну людину при цьому нерідко зростає до граничної межі – дільничних інспекторів катастрофічно не вистачає. І в їхньому середовищі важче сформувати колективну думку і корпоративний дух. Саме тому, на наш погляд, дані опитування різних служб так відрізняються.

Діаграма 7

Оцінка ефективності власної роботи дільничними інспекторами міліції, співробітниками ДАІ і ППСМ

2. Другий фактор – реакція престижу. Респондент (на підсвідомому рівні) видає бажане за дійсне, спотворюючи в такий спосіб реальність. На нашу думку, корпоративний дух може активізувати реакцію престижу в кожного члена колективу, який відчуває відповідальність за певний „показник по службі”, а, отже, намагається (на підсвідомому чи свідомому рівні) його захищати. Так, негативна відповідь на запитання щодо



ефективності власної діяльності або законності\незаконності своїх рішень та дій під час служби може вплинути на думку про роботу всієї служби (ДАІ, ППСМ), цілого колективу. У дільничних інспекторів, які діють індивідуально, реакція престижу спостерігається меншою мірою.

Ще одним підтвердженням цих тез є відповіді на запитання анкети щодо того, чи спроможна міліція прийти на допомогу кожному, чиї права порушені або хто потребує захисту (діаграма 8).

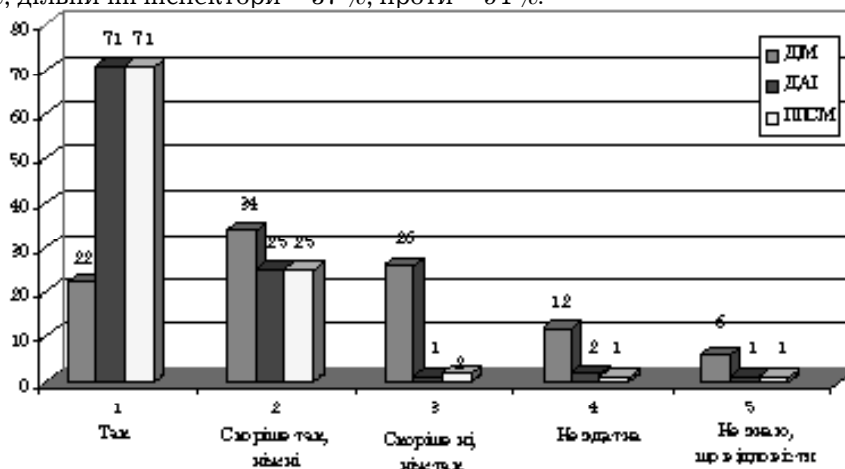
По 71 % респондентів з ДАІ та ППСМ дали однозначно ствердну відповідь на це запитання. Ще по 25 % респондентів цих служб відповіли, що скоріше так, ніж ні. Сумніви на негативні відповіді спостерігалися лише в 1 – 2 % респондентів. Натомість дільничні інспектори позитивно відповіли лише в 22 % анкет, елемент сумніву („скоріше так, ніж ні”) мали ще 34 % (отже, сумарно позитивні відповіді склали 56 %). Водночас про повну нездатність прийти на допомогу громадянам зазначили 12 % опитаних дільничних інспекторів та 26 % відповіли, що міліція „скоріше не спроможна, ніж так”. 6 % вагалися з відповіддю.

Діаграма 8

Чи здатна міліція прийти на допомогу кожному, чиї права порушені або хто потребує захисту?

Логічним продовженням вищенаведених запитань було таке: „Чи можна назвати Україну правовою державою?”. Це вивело дослідження від конкретики до рівня узагальнення (діаграми 9 – 11).

Бачимо суттєві розбіжності в думках між співробітниками ДАІ і ППСМ та дільничними інспекторами. Так, на користь правової держави в ДАІ висловилися 70 %, проти – 19 % респондентів; в ППСМ – 86 %, проти – 13 %; дільничні інспектори – 37 %, проти – 54 %.



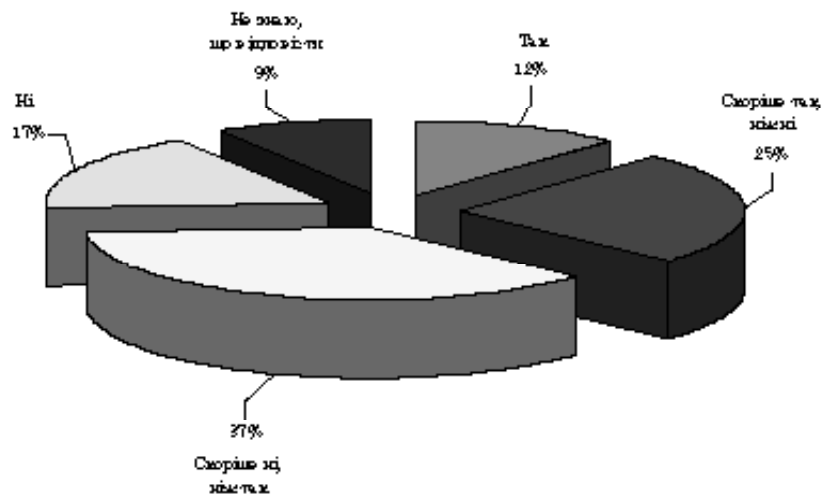
З тим, щоб скласти уявлення про особистісний склад респондентів, було поставлено запитання, чому вони обрали професію міліціонера. Варіанти відповідей пропонувалися такі: „Мріяв з дитинства бути міліціонером”, „Подобається форма та інші атрибути служби”, „Подобається відчувати владу над рештою людей”, „Хотілося відчувати власну захищеність з боку системи МВС”, „Для вирішення особистих проблем”, „Подобається відновлювати справедливість і захищати людей”, „Інше” (діаграма 12).

В основному респонденти засвідчили, що мріяли з дитинства бути міліціонерами, бажали відновлювати справедливість і захищати людей. Водночас серед дільничних інспекторів досить великий відсоток респондентів не віддав перевагу жодному із запропонованих варіантів, написавши „Інше” (35 %). На нашу думку, виявлення мотивації до служби в міліції може бути темою окремого соціологічного дослідження, оскільки діагностика такої мотивації допоможе зрозуміти, чого очікують співробітники від своєї корпорації (системи МВС), а це, в свою чергу, допоможе спрогнозувати їхні дії за тих чи інших ситуацій, зокрема, екстремальних або кризових.

Так, досить тривожними є дані щодо дільничних інспекторів: 6 %

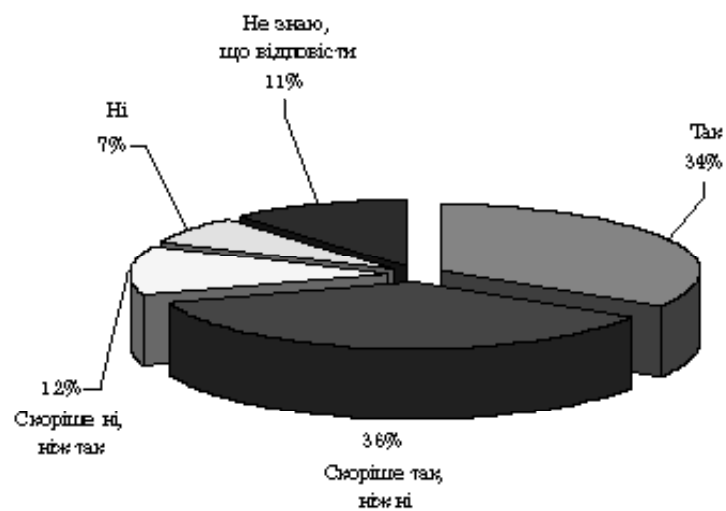
Діаграма 9

Чи можна назвати Україну правовою державою?
(Дільничні інспектори міліції)



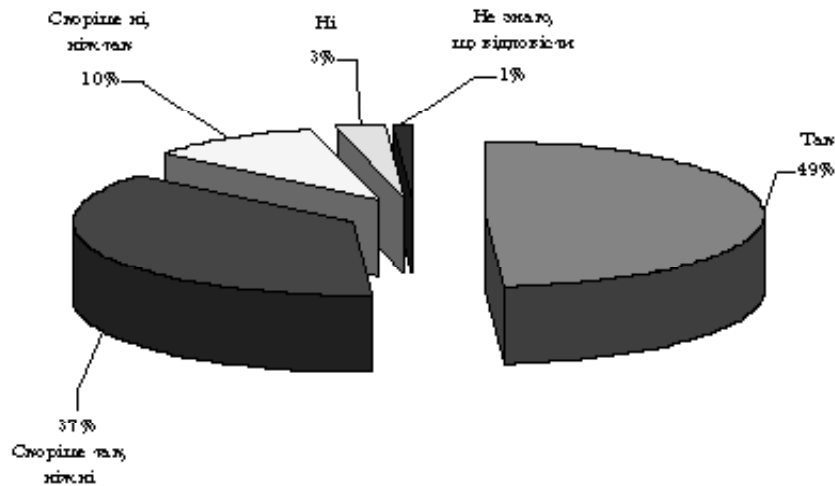
Діаграма 10

Чи можна назвати Україну правовою державою?
(Співробітники ДАІ)



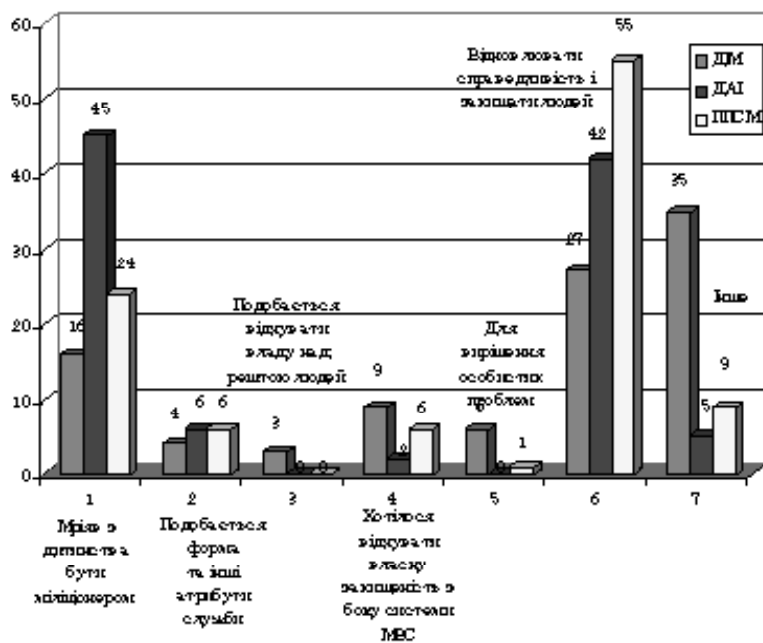
Діаграма 11

Чи можна назвати Україну правовою державою?
(Співробітники ППСМ)



Діаграма 12

Мотивація обрання професії міліціонера



Ольга Порфимович

опитаних пішли служити заради вирішення особистих проблем, 9 % бажали відчувати власну захищеність з боку системи МВС (така мотивація, власне, перегукується з попередньою), а 3 % респондентів подобається відчувати владу над рештою людей. Сумарно це становить 18 %. Такі співробітники навряд чи є окрасою служби.

Водночас дані опитування по ДАІ та ППСМ не сприймаються об'єктивними, бо, як зазначалося, в цих колективах, вірогідно, спостерігається реакція престижу.

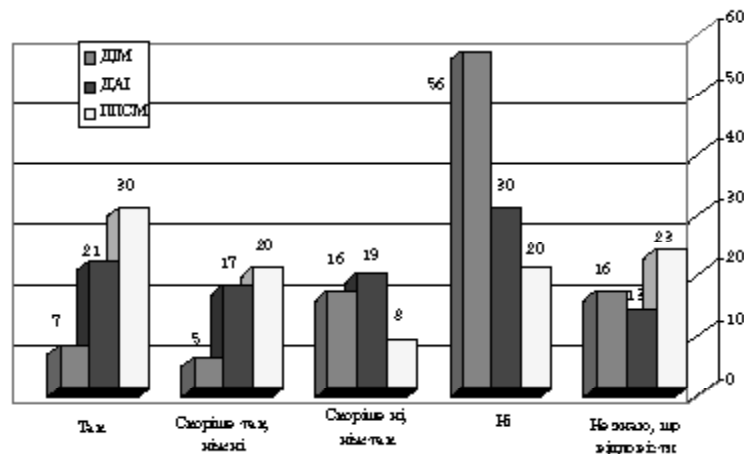
Досить показовими є відповіді співробітників столичної міліції на запитання, чи бажали б вони, щоб їхні діти теж обрали професію міліціонера. Відповіді досить показові; вони містять квінтесенцію оціночних суджень і щодо власного іміджу, і щодо задоволеності власною долею, і щодо оцінки авторитетності й престижності служби, оскільки дітям, як водиться, батьки бажують кращої долі, ніж собі (діаграма 13).

Діаграма 13

Чи хотіли б ви, щоб ваші діти обрали професію міліціонера?

Дільничні інспектори менше за всіх бажують бачити своїх дітей в міліцейських погонах – 12 %. Натомість співробітники ДАІ та ППСМ бажали б цього – відповідно 38 % і 50 %. Це свідчить, що їхня служба їм подобається, корпорація (система МВС) виправдала їхні сподівання і прагнення до самовираження.

72 % дільничних не хочуть для своїх дітей такого майбутнього, відповідно 39 % і 28 % респондентів з ДАІ та ППСМ бажують своїм дітям іншої долі.



Підсумки соціологічного опитування

Проведене опитування в міліцейському середовищі на прикладі трьох служб – ДІМ, ДАІ та ППСМ дозволяє зробити такі висновки щодо

внутрішнього (корпоративного) налаштування співробітників:

- співробітники міліції переважно оцінюють якість виконання своїх обов'язків (дотримання вимог законності, ефективність власної діяльності та діяльності міліції взагалі) високо; розбіжності в поглядах спостерігаються лише в службі ДІМ, яка є менш структурованою за субординаційним принципом;

- свій імідж в очах пересічних громадян – реципієнтів міліцейських послуг – співробітники міліції оцінюють як середній та вище середнього; події „помаранчевої революції” для підвищення власного іміджу сприймають позитивно; погіршення свого іміджу з подіями „помаранчевої революції” пов'язують лише співробітники ДІМ;

- невдоволення службою (на прикладі бажання\небажання бачити своїх дітей в лавах міліції) спостерігається у представників усіх служб, однак більшою мірою в співробітників ДІМ, меншою – ДАІ та ППСМ;

- прогнозована дослідниками реакція престижу в міліційному середовищі спостерігається в службах, в яких виняткове значення має колектив і, відповідно, колективна думка;

- з метою вивчення мотивації приходу співробітниками на службу в міліцію та на підставі цього формування уявлень про очікування співробітників та прогнозування їхніх дій в кризових та екстремальних ситуаціях слід провести поглиблене соціологічне опитування із залученням аналітиків-психологів; на підставі отриманих даних виробити відповідні рекомендації для кадрових служб;

- під час розробки анкет для наступних соціологічних опитувань включити запитання щодо освітнього рівня респондентів, джерел надходження правової та іншої інформації (в тому числі іміджеформуєного характеру), що впливає на формування світоглядних орієнтирів у співробітників міліції та оцінку їх ролі як у державотворчих процесах, так і в процесах формування позитивного іміджу міліції України.

Висновки

Побудова внутрішнього (корпоративного) іміджу системи МВС України відбувається на рівнях: ідеологем; технік і технологій впровадження (механізми, їх організаційно-правове закріплення); на концептуальному рівні, що уособлює певний управлінський цикл, котрий ґрунтується на виробленні та легітимації механізмів впровадження внутрішньої (корпоративної) ідеології і формування внутрішнього (корпоративного) іміджу системи МВС; на рівні виокремлення організаційного та фінансового ресурсу для реалізації програм з підвищення внутрішнього (корпоративного) іміджу і створення ідеологічного продукту на рівні корпорації; на рівні обрання джерел ідеологічного впливу, коригування програм з підвищення внутрішнього іміджу, затвердження та змін планів PR-заходів; на поточному та остаточному контролі, пролонгації дії тих механізмів, що пройшли успішну апробацію і були перевірені на

слушність.

Пропонується застосовувати комплексний підхід до вирішення проблем корпоративного характеру, які заважають формуванню здорової атмосфери в міліційному середовищі, побудові позитивного внутрішнього (корпоративного) та публічного іміджу системи МВС.

Література:

1. **Викентьев И.** Приемы рекламы и Public Relations. – СПб.: ТОО „ТРИЗ-ШАНС”, Изд. дом „Бизнес-пресса”, 1998. – 238 с.
2. **Королько В. Г.** Основы публичных отношений. М., „Рефл-бук”, К.: „Ваклер” – 2000. – 528 с.
3. **Голосніченко І., Сущенко В.** Адміністративна діяльність органів внутрішніх справ та проблеми її правового регулювання // Удосконалення правового регулювання адміністративної діяльності ОВС. – К., 1995. – С. 5 – 10.
4. **Коркунов Н.** Русское государственное право. Т. 1. – СПб. – 1908.
5. Советский энциклопедический словарь. М., 1980.
6. **Шаповалов А.** Кому работать в милиции? // Преступность в Украине. – К., 1994.
7. **Мельник П. В., Гумин А. М., Терещенко Л. В.** Взаимодействие органов милиции и населения как криминологическая проблема: Монография. – Киев-Львов, 1999. – 217 с.
8. Философский энциклопедический словарь. – М., 1997. – С. 10.
9. **Бражников С.** Профессиональная этика милицейской службы. – К., 1979.
10. Формирование профессиональной чести и служебного достоинства у сотрудников органов внутренних дел // Милицейская этика и проблемы нравственного воспитания сотрудников органов внутренних дел. – К., 1991.
11. **Гегель.** Философия права. – М. - Л., 1934. – Т. 7.