

Отже, локус контролю є важливим компонентом мотивації. Відношення курсантів до своєї діяльності, її екстернальність чи інтернальність, мають значний вплив на успішність такої діяльності та на ефективність її організації. Курсанти, які покладаються на себе (а не на зовнішні умови) в процесі діяльності, тобто інтернали, є більш активними, відповідальними та схильними до прийняття рішень. Домінування у курсантів внутрішнього типу локусу контролю значно підвищить рівень їхньої активності та професійної мотивації.

Цитована література

1. Ксенофонтowa Е. Г. Исследование локализации контроля личности – новая версия методики „Уровень субъективного контроля” / Е.Г. Ксенофонтowa // Психологический журнал. – 1999. – Т. 20. – № 2.

2. Осьодло В.І. Методика діагностики професійної мотивації / В.І. Осьодло // Вісник Національної академії оборони України: зб. наук, праць. – 2007. – № 2 (4). – С. 142-151.

3. Weiner В. An attributional theory of motivation and emotion / В. Weiner. – New York: Springer-Verlag, 1986. – 304 p.

Боснюк В.Ф.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ УКРАЇНИ З НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЙ

З точки зору функціонування Державної служби України з надзвичайних ситуацій (ДСНС України) в сучасних умовах проблема формування іміджу відноситься до числа найбільш актуальних. Дане явище пояснюється рядом причин, і, перш за все тим, що за останні 10-15 років було здійснено істотну деформація іміджу даної організації, як і всіх силових структур. Ситуація настільки складна, що вимагає системного підходу до вирішення існуючих проблем і високого професіоналізму фахівців, що працюють в цій сфері.

Актуальність даної роботи, обумовлена наступними обставинами. По-перше, радикальними змінами в країні, що спричинили зміну ціннісних орієнтацій населення, його світоглядних орієнтирів, а також зростанням ролі матеріального чинника в сучасному українському суспільстві. По-друге, складними процесами реформування Державної служби України з надзвичайних ситуацій. По-третє, необхідністю теоретичного осмислення нових умов формування іміджу офіцера ДСНС, дослідження його характеристик і соціальної значущості в сучасних умовах.

Говорячи про імідж, а також престиж роботи і служби в ДСНС України в даний час, слід зазначити, що вони складаються з великої кількості факторів: ліквідація надзвичайних ситуацій, допомога в проведенні відновлювальних робіт іншим службам, надання медикаментів та продуктів харчування в зруйновані міста, гасіння пожеж, евакуація потерпілого населення, проведення заходів щодо запобігання стихійних лих – все це, безумовно, викликає лише позитивну реакцію в свідомості громадян. Працівника ДСНС України можна

сміливо назвати „помічником людини”, який надає оперативну та кваліфіковану допомогу кожному хто її потребує. Тобто, важливо відзначити, що у самої служби ДСНС України дуже високий вотум довіри і авторитет серед населення, будь-який її працівник, безсумнівно, користується повагою в очах оточуючих.

З іншої сторони, позитивні уявлення і позитивні враження про діяльність ДСНС України змінюються сумнівними і навіть негативними емоціями, коли „розмова заходить” про працевлаштування в цій сфері. Існуючий рівень фінансового забезпечення молодих фахівців, складний і небезпечний вид діяльності, проблематичність динамічного кар’єрного росту, не є перспективними варіантами в розумінні випускників вузів.

Таким чином, існує дві „полярні” думки про імідж ДСНС України: позитивна, як про рід діяльності, і вкрай сумнівна, як про сферу працевлаштування. Якщо з боку населення, в загальному, можна говорити про позитивне ставлення і слід тільки підтримувати заданий високий рівень іміджу організації, то питання підвищення престижу служби та роботи в структурі ДСНС України потребує негайних рішень.

Одним з основних методів створення іміджу ДСНС України є позиціонування як „... створення образу і направлення сприйняття в потрібне русло за допомогою зрозумілих і прийнятних (з точки зору населення) категорій”. Метою позиціонування стає наближення до позитивних очікувань громадян і дистанціювання від негативних.

Діяльність з корекції іміджу передбачає вирішення ряду задач. Перша задача пов'язана з вирішенням внутрішніх психологічних проблем, які пов'язані з самовираженням. Це потреба в підвищенні психологічного статусу рятувальника і ступеня задоволеності приналежності його до ДСНС України за рахунок високого статусу самої служби. Друга задача основана на уявленні про імідж як засіб соціально-психологічного впливу. Для ДСНС України – це потреба у вирішенні таких проблем, як залучення кандидатів на службу, навчання, формування підтримки діяльності ДСНС України зі сторони громадськості.

Протиріччя між власним образом і „Я в очах інших”, як важлива передумова іміджевої діяльності, вперше відзначено І. Гофманом [2, с. 206]. Діяльність суб'єкта зі створення іміджу мотивується невідповідністю уявлень про те, як ДСНС України повинна сприйматися оточуючими („бажаний імідж”) і як вона реально сприймається. Виявлення цієї розбіжності передує діяльності з формуванню іміджу. Моделювання перспективи подолання основних протиріч, наявність у суб'єкта корекції „бажаного іміджу” (проектованого або цільового образу) і рефлексивного образу розглядаються як важливі умови формування іміджу рятувальника.

При створенні необхідного іміджу необхідно використовувати увесь потенціал можливостей і досягнень ДСНС України. Так, В.М. Шепель акцентує увагу не лише на прагматичності іміджу – його здатності вирішувати конкретні завдання, скільки на іміджі як засобі самовираження [3, с. 70]. Імідж згідно з даною позицією, – є здатність представити суспільству свої найкращі

характеристики. Виходячи з цього необхідно змінити не тільки саму структуру державної служби, а й образ рятувальника, який в свою чергу буде впливати на законодавців, на керівництво ДСНС України, на громадян держави.

Можна виділити дві групи психологічних функцій іміджу ДСНС України. Внутрішні функції відображають спрямованість іміджу на внутрішнє середовище, на самооцінку рятувальників і їх ставлення до служби. Окрім прагматичного значення (зміцнення дисципліни, посилення мотивації служби, покращення психологічного клімату і т.д.), ця група функцій має і гуманістичну складову. Ефективний імідж державної служби безсумнівно буде служити засобом психологічного захисту від різноманітних життєвих труднощів, включаючи і труднощі несення служби.

Зовнішні функції іміджу ДСНС України включають: інформування – надання інформації населенню, задоволення природної потреби людей у одержанні знань про навколишній світ; вплив – зміна відношення до ДСНС України (збільшення числа кандидатів на проходження служби, навчання у профільних вузах, покращення взаємодії з громадянами та державними організаціями і т.д.); узгодження – формування загальної картини функціонування держави у громадян країни, зняття невизначеності, що призводить до неузгодженості і негативним переживанням. Тут також проявляється гуманістичний потенціал іміджу. Образ рятувальника є одним з „основних конструктів” громадської свідомості. Імідж рятувальника так чи інакше зачіпає інтереси всіх українців, впливає на стабільність суспільства і настроїв людей, зменшуючи відчуття тривоги і соціального песимізму.

Ці два види іміджу пов'язані між собою, так зміна сприйняття суспільством ДСНС України швидко відображається на відношенні рятувальників до себе і до служби, однак їх взаємозалежність не є прямою. Зовнішній імідж визначається особливостями сприйняття людей, які не працюють в ДСНС України. Внутрішній імідж тісно пов'язаний з соціально-психологічними особливостями рятувальників і багато в чому визначається їх безпосередньою професійною діяльністю. Зважаючи на це, внутрішній і зовнішній імідж можуть мати істотні відмінності. Ефективний зовнішній імідж повинен мати високий ступінь узгодженості з внутрішнім.

Дослідження іміджу передбачає звернення до закономірностей масової свідомості. В даний час при зростанні інтересу до масової психології існують різні підходи до її вивчення, абстрактність і розмитість розуміння. Багато дослідників, розуміють під масовою свідомістю систему соціальних уявлень, цінностей, установок [1], фактично маючи на увазі буденну свідомість або суспільну психологію.

Висновки. Під іміджем ДСНС України розуміється стійкий емоційно забарвлений образ, що склався в повсякденній свідомості населення в результаті сприйняття соціально-значущих сторін державної організації. Існують розбіжності відносно іміджу ДСНС України: позитивний, як про рід діяльності, і сумнівний, як про сферу працевлаштування. Як результат питання підвищення престижу служби та роботи в структурі ДСНС України потребує негайних рішень.

Проблему формування іміджу ДСНС України доцільно досліджувати з позиції конструктивізму як продуктивного підходу в сучасній соціальній психології. Результатом цього конструювання є створення образу світу, який постає перед людиною як певна соціальна реальність.

Цитована література

1. Андреева Г.М. Психология социального познания / Г.М. Андреева – М., 2000. – 288 с.
2. Богданов Е.Н. Психологические основы „Паблик рилейшнз” / Е.Н. Богданов, В.Т. Зазыкин – СПб., 2003. – 208 с.
3. Шепель В.М. Коммуникационный менеджмент / В.М. Шепель – М., 2004. – 234 с.

Бурак Н.Є.

ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНА СИСТЕМА ПІДТРИМКИ ПРИЙНЯТТЯ ОПЕРАТИВНИХ РІШЕНЬ РЯТУВАЛЬНИКІВ В УМОВАХ НС

Життя людини пов'язане з діяльністю у різних сферах. З появою комп'ютерних технологій розпочався новий етап розвитку суспільства. Щоденна постійна робота стимулювала фахівців до автоматизації процесів виробництва для зменшення використання подальших людських ресурсів та збільшення можливостей технологічних ліній. Застосування автоматизованих систем дало поштовх інформаційним технологіям для інтеграції в інші сфери з метою допомоги та підвищення якості і темпів реалізації ідей.

З появою цифрової інформації настигла нова ера в історії світу – ера інформаційного суспільства. Засоби новітніх технологій з кожним етапом розвитку розроблялись все досконаліші та швидші. Величезним проривом в історії інтеграції ІТ стала розробка та програмування штучного інтелекту, який за своїми можливостями здатний здійснювати складні обрахунки та аналізувати дані у разі швидше за людські здібності.

Однак, такі глобальні зміни вплинули і на саму сутність інформації, як такої. З кожним роком розвитку у суспільстві зростало напруження щодо циркулювання інформації, кількість якої швидкими темпами перевищувала швидкість її опрацювання. Оперативний збір даних, аналіз, обробка та формулювання результируючих висновків складало великі труднощі.

Дана проблема прямим чином торкнулась такої важливої сфери життєдіяльності людини як захист населення та ліквідація наслідків надзвичайних ситуацій (НС). Надзвичайна ситуація будь-якого характеру – техногенного, природного чи воєнного характеризується динамічністю та багатofакторіальністю, що в свою чергу відображається у величезному масиві даних. Головним з критеріїв успіху ефективної та оперативної ліквідації НС є професійна координація та управління діями та силами рятувальної служби, а саме швидкість та кваліфікованість прийнятих рішень.