Особистісний підхід – це підхід до керівника як цілісної особистості з обліком усієї її складності і всіх її індивідуальних особливостей. *Четвертий принцип – принцип діяльнісного підходу*.

Висновок. Психокорекційна робота повинна будуватися не як просте тренування умінь і навичок людини, не як окремі вправи по удосконалюванню психічної діяльності, а як цілісна осмислена діяльність людини, що органічно вписується в систему його повсякденних життєвих та професійних відносин (наприклад, використання ділових ігор, кейса-методу). *П'ятий принцип – принцип системності* розвитку психіки людини. Реалізація цього принципу в психокорекційної роботі спрямована на усунення причин і джерел відхилень у психічному розвитку людини. Складна ієрархія відносин між симптомами і їх причинами, структура дефекту визначає задачі і мети психологічної корекції. Наприклад, першопричиною емоційних і поведінкових порушень у керівника можуть бути як соціальні фактори, так і біологічні, а нерідко і сполучення обох. У залежності від першопричини розробляється стратегія психокорекції. При здійсненні психологічної корекції психолог повинен спиратися на можливості самої людини щодо здійснення впливу на свій внутрішній світ.

СПТ можуть використовуватися із самими різними категоріями учасників і переслідувати різноманітні цілі. Так у практику підготовки професіоналів, керівників можуть увійти тренінги професійного особистісного росту, у яких формуються професійно-етичні якості фахівців, відпрацьовуються навички рішення конфліктних ситуацій, комунікативні навички, при формуванні упевненої (асертивної) поведінки, а також так називаного безконфліктного ненасильницького спілкування, що дозволяє «демократизувати» стиль керування колективом, робити його більш ефективним. Ефективність СПТ підвищується за рахунок того, що сама тренінгова групова динаміка процесів взаємодії учасників, що протікають у ній, стає інструментом психокорекції.

Список бібліографічних посилань

1. Психологія у професійній діяльності поліції : навч. посіб. / О. О. Євдокімова, І. В. Жданова, Д. В. Швець та ін. ; за заг. ред. В. В. Сокуренка ; МВС України, Харків. Харк. нац. ун-т внутр. справ. Харків, 2018. 420 с.

2. Бандурка А. М., Землянская Е. В.Психология руководителя : моногр. Харьков : Золотая миля, 2013. 720 с.

3. Середа В. В., Кісіль З. Р. Юридико-психологічні засади запобігання професійній деформації працівників правоохоронних органів : монографія. Львів : ЛьвДУВС, 2016. 848 с.

4. Бандурка А. М., Бочарова С. П., Землянская Е. В.Профессионализм и лидерство. Харьков : Титул, 2006. 578 с.

Одержано 03.11.2019

УДК 343.98

Євгеній Вікторович ЗОЗУЛЯ,
викладач кафедри криміналістики та судової експертології факультету № 1
Харківського національного університету внутрішніх справ;
https://orcid.org/0000-0002-1444-0408

ПРО ДЕЯКІ ЕЛЕМЕНТИ ДОПИТУ СВІДКІВ ПРИМУШУВАННЯ ДО ВИКОНАННЯ ЧИ НЕВИКОНАННЯ ЦИВІЛЬНО-ПРАВОВИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ

Свідком є особа, щодо якої у органів, які ведуть кримінальний процес, є дані, що вона володіє інформацією про обставини, котрі підлягають встановленню або перевірці у кримінальному провадженні. До предмета показань свідка належать також відомості про факти, що характеризують особу підозрюваного, підсудного та взаємовідносини свідка з ними і з потерпілим. Дача показань є обов'язком свідка.

Показання свідків не можуть бути основані на здогадках, вони мають вказувати на джерело, з якого одержали інформацію про обставини, що охоплюються предметом доказування у кримінальному провадженні.

При допиті свідків необхідно детально з'ясувати обставини здійснення примушування до виконання чи невиконання цивільно-правових зобов'язань, взаємостосунки між активними учасниками групових злочинів, види загроз і характер насильства над потерпілими і їх родичами; кількість нападаючих, їх прикмети; про що говорили між собою (звернути увагу на жаргон, клички, імена, особливості мови);яка зброя була у злочинців (тип, марка, зовнішній вигляд); яким транспортом користувалися (тип, мазка, зовнішній вигляд, зовнішні ознаки, номерні знаки); в якому одязі були вимагачі (фасон, колір, фактура матеріалу); загальні і приватні ознаки цінностей, якими заволоділи злочинці (вигляд, упаковки, помітки на купюрах, облігаціях, заводський номер і т. д.).

Не слід обмежуватися тільки довкола очевидців злочину. Для з'ясування умов, що сприяли здійсненню примушування, а також в цілях вживання профілактичних заходів, необхідно допитати співробітників свідків, членів їх сімей, знайомих, друзів.

В предмет допиту можуть входити обставини, що сприяли здійсненню примушування. Практично предметом допиту можуть бути будь-які обставини, що мають значення для встановлення істини по справі, що розслідується.

В процесі спілкування з допитуваним, слідчий обирає найефективніший, із його точки зору, варіант поведінки. З урахуванням ситуації він намічає певний тактичний прийом або систему прийомів, які повинні привести до досягнення наміченої мети.

© Зозуля Є. В., 2019

Дача свідком правдивих свідчень – це найпоширеніша ситуація, характерна для більшості випадків розслідування примушування до виконання чи невиконання цивільно-правових зобов'язань, але інколи перші умисно перекручують відомі їм факти, відмовляються від раніше даних свідчень тощо. Мотиви такої поведінки можуть бути різними: вплив на свідків та потерпілих з боку осіб, які не зацікавлені у встановлені істини; боязнь помсти з боку підозрюваних, обвинувачених та їх оточення; бажання «вигородити» винуватих або пом'якшити їх вину; бажання потерпілого перебільшити розмір спричиненої шкоди або приховати віктимність своєї поведінки тощо.

До найбільш поширених ситуацій, які мають місце під час допиту свідків, можна, зокрема, віднести такі:

1) обставини події, яка розслідується, дійсно відомі свідку, і він про них розповідає;

2) свідок заявляє, що йому нічого не відомо про обставини, про які його допитують, але в справі є достовірні дані про те, що йому насправді все відомо;

3) обставини, які встановлюються на допиті, свідком особисто сприймались, але він не дає про них показання в зв'язку з тим, що забув їх або недостатньо чітко їх сприймав;

4) допитуваний дає невірні свідчення в результаті помилки: несприйнятливі умови спостереження, їх короткотерміновість, віддаленість об'єктів спостереження, недостатня освітленість, вплив різного роду суб'єктивних факторів тощо;

5) показання свідка є правдивими, але суперечать матеріалам справи, які слідчий вважає безспірними;

6) відомості, які повідомляє особа під час допиту, є завідомо неправдивими.

Таким чином бачиться необхідність детального вивчення питання допиту свідків під час розслідування примушування до виконання чи невиконання цивільно-правових зобов'язань.

Одержано 06.11.2019

УДК 351.74(477)

Ігор Вікторович ЗОЗУЛЯ,
доктор юридичних наук, професор,
професор кафедри правоохоронної діяльності та поліціїстики факультету № 6
Харківського національного університету внутрішніх справ;
https://orcid.org/0000-0002-3507-0012;

Олександр Ігорович ЗОЗУЛЯ,
кандидат юридичних наук, доцент,
доцент кафедри фундаментальних та юридичних дисциплін факультету № 6
Харківського національного університету внутрішніх справ;
https://orcid.org/0000-0002-5428-4622

ІМІДЖ І РЕПУТАЦІЯ У ФОРМУВАННІ БРЕНДУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ПОЛІЦІЇ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ

Станом на сьогодні Національна поліція України набула в своїй діяльності певного професійного досвіду як елемента правоохоронної системи держави. Разом із тим, в ряді напрямів означеної діяльності Національна поліція все ще перебуває в стані, що потребує удосконалення. Такими питаннями є набуття поліцією належного позитивного іміджу та репутації, а в кінцевому результаті – й формування та закріплення за нею відповідного бренду високопрофесійного правоохоронного органу.

Означена проблема має достатньо давні витоки – наприклад, ще відносно колишньої міліції є широко відомими наукові дослідження О. М. Бандурки та О. В. Джафарової [1], О. Л. Порфімович [2], В. Бесчастного та О. Тимченко [3], І. В. Зозулі [4] та інших вчених. Більше того, такі дослідження є актуальними й сьогодні, оскільки ними закладені такі нові наукові напрямки, як «Імідж як складова успіху правоохоронця», «Технології іміджу і партнерства як складові реформування системи МВС України» та інші. Разом із тим, слід висловити й певні міркування щодо реалізації нагального завдання формування бренду Національної поліції України.

Як нагадує з цього приводу Р. П. Чича, «у тлумачному словнику української мови *репутація* визначається як «загальна думка про кого, що-небудь», а «з аналізу наявних досліджень випливає, що в основному мова про репутацію йде при розгляді такого питання, як захист честі, гідності та ділової репутації юридичних і фізичних осіб». При цьому «коло інформації, яка має *репутаційний характер,* законом не визначається» [5, с. 75, 77].

О. Ю. Трач, О. І. Карий, вказуючи на необхідність розмежування понять «бренд», «імідж» та «репутація», вважають, що «*імідж організації* – сукупне сприйняття конкретного підприємства споживачами, діловими партнерами, громадськими організаціями, контактними аудиторіями та персоналом»; «*бренд* – невідчутна сукупність властивостей продукту: його імені, упаковки, ціни, історії, репутації та способу рекламування»; «*репутація особи (організації, території)* – це думка та уявлення громадськості про людину. Проте, якщо імідж – це образ, що можна створити за допомогою слів та ідей, то *репутація створюється конкретними діями та вчинками*» (цит. за [6, с. 183]).

Звідси, цілком зрозуміло, що *розглядати Національну поліцію України як носія якогось бренду сьогодні ще зарано* через малий термін її існування та відсутність вагомих, загальновизнаних, результатів – поки можна щось вагоме казати тільки про бренд колишньої радянської (української) міліції.

© Зозуля І. В., Зозуля О. І., 2019