

**ЩОРІЧНИЙ ВСЕУКРАЇНСЬКИЙ КОНКУРС  
«КРАЩИЙ ДЕРЖАВНИЙ СЛУЖБОВЕЦЬ»**

Творча робота учасника третього туру  
щорічного Всеукраїнського конкурсу  
“Кращий державний службовець”  
на тему:

**Формування позитивного іміджу  
Державного службовця та державного  
органу**

Чемерик Ольга Миколаївна

департамент агропромислового  
розвитку Рівненської обласної  
державної адміністрації

головний спеціаліст  
відділу бухгалтерського обліку  
та фінансово-кредитного забезпечення  
департаменту агропромислового розвитку  
Рівненської ОДА

---

дата виконання

---

підпис учасника

**2018 рік**

## ***Зміст***

Вступ.....	3
1. Поняття іміджу.....	4
2. Формування іміджу влади.....	4
3. Ознаки ділового іміджу.....	5
4. Комунікативні функції іміджу державної влади.....	6
5. Складові ділового іміджу.....	7
6. Структура іміджу державного органу.....	8
7. Показники, що сприяють формуванню ставлення громадськості до державної установи.....	8
8. Риси, притаманні державному службовцю.....	9
9. Завдання та заходи для формування позитивного іміджу.....	11
Висновки.....	11
Список використаної літератури.....	12

## ***Вступ***

Проблемам формування позитивного іміджу державної влади останнім часом приділяють усе більше уваги. Судження про органи державної влади складаються в громадській думці не в останню чергу через їх персоніфікацію, тобто імідж державних посад.

Це й не дивно, оскільки імідж - це у першу чергу образ, уявлення, які виникають у масовій свідомості щодо того чи іншого об'єкта. Саме вони й відображають сприйняття чи несприйняття громадськістю політики, що проводиться у державі, розкривають ставлення громадян до її інституцій.

Оскільки формування іміджу влади визначається сприйняттям громадянами її основних інституцій, уявлення про неї, що виникають у свідомості громадян, мають переважно суб'єктивний характер. При цьому переважання "особистих вражень про діяльність державних осіб" у процесі формування їх іміджу очевидне. Тобто державні службовці для більшості громадян є уособленням держави і, залежно від їхнього професіоналізму та сумлінного виконання обов'язків, громадяни оцінюють ефективність державної політики.

Якість надання державною службою послуг населенню є основною умовою наближення держави до пересічного громадянина. Одним із завдань, що визначають досягнення цієї стратегічної мети, є завдання щодо формування нової ідеології діяльності органів виконавчої влади і місцевого самоврядування як особливого виду діяльності, що спрямована на забезпечення реалізації прав і свобод громадян, надання державних і громадських послуг.

## ***1. Поняття іміджу***

У найбільш загальному вигляді **імідж** - це штучний образ, що цілеспрямовано, свідомо формується в масовій свідомості за допомогою реклами або пропаганди. Отже,

імідж - це результат і конкретна форма відображення предметів і явищ у світосприйнятті людини, тобто відчуття, уявлення, поняття, які на основі цього формуються, і висновки, що робляться.

Імідж - це уявлення, які виникають у масовій свідомості щодо того чи іншого об'єкта. Саме вони й відображають сприйняття чи несприйняття громадськістю політики, що проводиться у державі, розкривають ставлення громадян до її інституцій.

Поняття іміджу може стосуватися як окремої людини, так і конкретної організації, установи, органу влади, товару тощо. Якщо узагальнити сказане вище, можемо зробити висновок, що імідж у цілому є комплексним поняттям.

## ***2. Формування іміджу влади***

Оскільки формування **іміджу влади** визначається сприйняттям громадянами її основних інституцій, уявлення про неї, що виникають у свідомості громадян, мають переважно суб'єктивний характер. При цьому переважання "особистих вражень про діяльність державних осіб" у процесі формування їх іміджу очевидне. Тобто державні службовці для більшості громадян є уособленням держави і, залежно від їхнього професіоналізму та сумлінного виконання обов'язків, громадяни оцінюють ефективність державної політики.

Негативне ставлення до влади, низький рівень довіри до її інститутів сформувалися в українському суспільстві традиційно внаслідок історичних обставин, і є ментальними, оскільки тривалий час держава та її представники у свідомості населення України уособлювались із чужинцями.

Таке сприйняття влади сягає корінням підсвідомості українців і певним чином визначає їх ставлення до неї сьогодні.

Подібне ставлення до влади має місце і в інших країнах світу, навіть там, де існують значні традиції розвитку демократичних принципів та інститутів управління країною. Ю. Патерсон, відомий журналіст та публіцист, відзначив, що американські творці держави "створили хаотичну систему управління", яка заснована на уяві американських переселенців з різних країн про те, що "люди, певно, набагато гірші за те, якими вони здаються, й краще було б приглядати за ними - особливо якщо ви збираєтесь надати їм владу ". Мабуть, тому в США існує визнана політична традиція, що базується на недовірі до уряду взагалі та окремо централізованої влади. У США владні структури різних рівнів (федерального, штатів, місцевого) вживають різноманітних заходів, націлених на повернення довіри до їх політики і дій з першого дня свого функціонування.

### ***3. Ознаки ділового іміджу***

Виступаючи як створений, штучний образ, імідж має певні ознаки, які йому здебільшого цілеспрямовано надаються. Для того щоб бути сприйнятим, він має відповідати певним конкретним потребам. У зв'язку з цим теоретичні й методологічні засади створення політичних іміджів набувають особливого значення в умовах демократичної політичної системи як на етапі виборів влади, так і в процесі здійснення нею владних повноважень.

Головними методологічними засадами побудови іміджу є:

1. Визначення основних потреб аудиторії, а в разі потреби - окремих її сегментів, і на цій основі - побудова "каркаса" політичного іміджу.

2. Доповнення "каркасу" політичного іміджу необхідними характеристиками з урахуванням потреб масової суспільної свідомості в бажаному образі й можливостей суб'єкта політики їх демонструвати "природно".

3. Перекладення основних характеристик іміджу на різні канали комунікації у зрозумілих, доступних для масової аудиторії формах.

Важливою ознакою демократичного політичного режиму, а отже, й держави, є відкритість і прозорість влади. Рівень відкритості влади - провідний критерій демократичності державної влади.

Процес формування позитивного іміджу органів державної влади і влади як такої повинен здійснюватися поступово, цілеспрямовано, постійно.

Позитивних характеристик іміджу органів влади може надати їх "презентація" суспільству як компетентних структур, укомплектованих професіоналами, людьми знаючими, інноваційно мислячими, такими, що мають досвід практичної ефективної діяльності у сферах, пов'язаних або близьких до того чи іншого державного органу (до речі, у західних демократіях існують такі показники, як "професійний парламент", "команда професіоналів").

Судження про органи державної влади складаються в громадській думці не в останню чергу через їх персоніфікацію, тобто імідж державних посад.

Імідж державної служби передбачає соціальне конструювання, що базується на професійних і моральних якостях усіх державних службовців.

#### ***4. Комунікативні функції іміджу державної установи***

Імідж державної установи має три основні комунікативні функції:

1. Полегшити аудиторії сприйняття інформації про державну службу.
2. Забезпечити режим найбільшого сприяння при сприйнятті особистості державного службовця .
3. Підготувати ґрунт для формування установок щодо позитивного ставлення до державного службовця.

## **5. Складові ділового іміджу**

Невід'ємним атрибутом будь-якої іміджевої системи є **структура**. Структура іміджу державного органу включає такі компоненти (складові):

1. **Діловий імідж** - це уявлення про державний орган як суб'єкта ділової активності. Як складові ділового іміджу державного органу виступають повнота і своєчасність наданих послуг громадянину.

2. **Соціальний імідж** - це уявлення широкої громадськості про соціальні цілі й роль державного органу в економічному, соціальному і культурному житті громадськості.

3. **Візуальний імідж** - це уявлення про державний орган, субстратом якого є зорові відчуття, що фіксують інформацію про інтер'єр офісу, приймальню керівника, кабінет, символіку установи, зовнішності персоналу та керівника.

Імідж керівника або основних керівників організації включає уявлення про можливості, ціннісні орієнтації, психологічні характеристики і зовнішність керівників.

Імідж персоналу - це збірне, узагальнене уявлення про персонал, що розкриває найбільш характерні для нього риси. Фахова компетентність включає: мобільність (швидкість і якість обслуговування); акуратність у виконанні посадових обов'язків; точність виконання роботи; інформованість (готовність надати консультацію чи довідку з приводу будь-якого проблемного питання); висококваліфіковану фахову підготовку; культуру спілкування: комунікабельність (приязність у спілкуванні, успіх), слухність усних виступів; соціально-психологічні характеристики співробітників, а також їх соціально-демографічні й фізичні дані: вік, стать, наявність/відсутність фізичних вад.

Імідж послуги - це якість та своєчасність надання адміністративних послуг.

До візуального іміджу відноситься зовнішній вигляд персоналу, а до внутрішнього іміджу - соціально-психологічний клімат у колективі та культуру організації. Отже, внутрішня (змістовна) форма іміджу включає:

організаційну культуру, діловий імідж (різні аспекти діяльності установи, в тому числі й соціальні), імідж послуги. Зовнішня (візуальна) форма може складатися з архітектури будівлі, символіки установи, дизайну приміщень, зовнішності персоналу та керівника.

Складові **іміджу державної установи** доцільно класифікувати за трьома компонентами, а саме:

- 1) когнітивним (враження від спілкування зі службовцем, аналіз діяльності установи);
- 2) емоційним (відчуття на емоційному рівні, наприклад, від звучання гімну держави в установі);
- 3) образним (візуальне сприйняття).

### ***6. Структура іміджу державного органу***

За підсумками соціологічного опитування на базі Рівненського Центру перепідготовки та підвищення кваліфікації працівників органів державної влади, органів місцевого самоврядування, державних підприємств, установ та організації структура іміджу державного органу має наступний вигляд:

73 відсотків іміджу державного органу становить рівень надання адміністративних послуг;

15 відсотків - рівень забезпечення інформаційно-комунікаційними технологіями;

7 відсотків – культура спілкування та зовнішній вигляд працівників органу державної влади;

5 відсотків – зовнішній та внутрішній вигляд приміщення.

### ***7. Показники, що сприяють формуванню ставлення громадськості до державної установи***

У разі, якщо над створенням позитивного іміджу не ведеться цілеспрямована робота, образ, який буде формуватись в уяві громадян, може виявитись невідповідним реальному стану справ та мати небажані відхилення від дійсності, що позначатиметься на ставленні населення до



влади, поглиблювати існуючі протиріччя та викликати недовіру до державних структур. У контексті цього доцільно виокремити **показники, що сприяють формуванню ставлення громадськості до державної установи.**

До них можна віднести:

- 1) ефективність діяльності як цілісної структури, так і окремих її функціональних одиниць;
- 2) впорядкованість, згуртованість та монолітність державної організації;
- 3) рівень культури, зокрема етичні норми;
- 4) ставлення співробітників до своєї установи та її керівників;
- 5) стиль взаємодії з макро- та мікросередовищем;
- 6) відображення та врахування потреб населення, менталітету громадян та історичних особливостей місцевості.

Отже, одним із факторів формування іміджу органу влади є загальний рівень професіоналізму його працівників, який визначає якість надання послуг населенню, відповідальність за прийняті рішення, їх швидку реалізацію, що, у свою чергу, сприяє підвищенню рівня довіри до державних органів влади.

### ***8. Риси, притаманні державному службовцю***

Зміст сучасної професійної діяльності державних службовців ґрунтується на суспільних цінностях, які обумовлені традиціями національної, політичної, адміністративної культури. Ступінь стійкості цінностей, норм та інститутів, розподілу ролей та співвідношення їх з остаточною метою діяльності визначає характер взаємодії держави і суспільства. Сучасні концепції модернізації державної служби містять ідеї нових цінностей, норм ставлення до громадян, політичної діяльності, взаємодії керівників і співробітників на засадах відкритості, відповідальності, підприємництва, паритетного стилю керівництва.

Влада та її установи для "сприйняття" суспільством мають бути представлені як органи відкриті, прозорі, доступні для дискусій, пропозицій, співпраці. З точки зору відносин з громадянами органи державної влади мають демонструвати доступність, уникати бюрократичних методів роботи, показуючи натомість демократичний стиль діяльності державних служб. Важливою умовою симпатії і довіри з боку громадян до представників органів державної влади є їх відповідна взаємоідентифікація, наявність у представників влади крім професійних, організаційних навичок уміння спілкуватися, здатності відчувати й розуміти людей.

Риси, притаманні ідеальному державному службовцю:

- професіоналізм;
- законослухняність;
- політична нейтральність;
- ініціатива і творчість;
- справедливість;
- чесність;
- непідкупність;
- відповідальність;
- патріотизм;
- дисциплінованість.

Риси, притаманні реальному державному службовцю:

- низька правова культура;
- корупція;
- бюрократизм;
- нездоровий кар'єризм;
- некомпетентність;
- байдужість;
- лінь;
- свавілля;
- егоїзм;
- хамство.

### ***9. Завдання та заходи для формування позитивного іміджу***

Завдання та заходи, які стоять перед нашою державою на шляху формування позитивного іміджу:

- фахова підготовка кадрів;
- матеріальне заохочення та моральне стимулювання діючих державних службовців, збільшення соціальних гарантій після їхнього виходу на пенсію;
- чіткі і прозорі механізми просування по службі;
- технічне та інформаційне забезпечення державної служби;
- наукова підтримка розвитку системи державної служби.

### ***Висновки***

Очевидно, що встановлення довіри між громадянами та владою і на цій основі консолідація суспільства є однією з найгостріших проблем у сфері управлінської діяльності, а відтак і в процесі формування іміджу влади та її носіїв. У процесі формування іміджу суб'єктів політики і владних відносин слід виходити з того, що імідж має бути спрямованим не лише на подолання недовіри до них, рівень якої продовжує залишатися досить високим, а й на руйнування відчуження суспільства від суб'єктів влади.

*Список використаної літератури:*

1. Конституція України. Прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28.06.1996 (зі змінами).
2. Закон України “Про державну службу” від 10.12.2015 № 889-VIII (зі змінами).
3. Постанова Кабінету Міністрів України від 11.02.2016 № 65 “Про затвердження Правил етичної поведінки державних службовців”
4. Про затвердження Загальних правил етичної поведінки державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування. Наказ Національного агентства України з питань державної служби від 05.08.2016 № 158.
5. Гошовська В. А. Етичні засади взаємодії органів державної влади з інститутами громадського суспільства : навч.-метод. матер. / В. А. Гошовська, А. П. Рачинський, О. Р. Антонова ; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. – Київ : НАДУ, 2015. – 72 с.
6. Державна служба : підручник : у 2 т. / Ред. кол. : Ю. В. Ковбасюк (голова), О. Ю. Оболенський (заст. голови), С. М. Серьогін (заст. голови) [та ін.] ; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. – Київ ; Одеса : НАДУ, 2013. – [Т. 1. – 372 с.; Т. 2. – 348 с.].
7. Ірхін Ю. Б. Діагностика та розвиток професійних управлінських і лідерських здібностей державних службовців і службовців органів місцевого самоврядування в Україні : навч. посіб. / Ю. Б. Ірхін, В. Л. Федоренко ; за ред. Ю. В. Ковбасюка, В. Л. Федоренка ; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. – Київ : Ліра-К, 2015. – 114 с.
8. Середюк Н. Г. Прикладна етика: інституалізація моралі : монографія. / Н. Г. Середюк ; НАН України, Центр гуманітарної освіти. – Київ : Четверта хвиля, 2014. – 157 с.