

ЩОРІЧНИЙ ВСЕУКРАЇНСЬКИЙ КОНКУРС
«КРАЩИЙ ДЕРЖАВНИЙ СЛУЖБОВЕЦЬ»

Творча робота

учасника третього туру щорічного Всеукраїнського конкурсу «Кращий державний службовець» на тему:

«Формування позитивного іміджу органів державної влади, органів місцевого самоврядування»

Лужняк Люби Федорівни

начальника архівного відділу

Ярмолинецької райдержадміністрації

Хмельницької області

2018 рік

Вступ

План

1. Імідж державного службовця та державного органу його значення
2. Інноваційні технології формування позитивного іміджу органів влади
3. Проблеми, щодо формування позитивного іміджу органів державного управління
4. Роль ЗМІ у формуванні іміджу державного службовця та державного органу

Висновок

Література

Вступ

Суспільно-політичні, соціально-економічні та культурні зміни, що відбуваються в Україні впродовж останніх десятиліть, внесли суттєві корективи у взаємовідносини влади і громадськості. Рівень і характер суспільної та державної взаємодії, міра довіри між суспільними і державними структурами потребують перегляду і конкретних дій.

Останнім часом особливої актуальності набуває проблема формування позитивного іміджу державного службовця в українському суспільстві. Сьогодні основне завдання органів державного управління – створення професійної державної служби, в якій державний службовець повинен бути професіоналом своєї справи, відповідально ставитися до своїх обов'язків, сумлінно виконувати свою роботу, чітко дотримуватися законності, морально-етичних норм поведінки, як по відношенню до своїх колег, так і до суспільства. Саме ці якості впливають на формування позитивного іміджу державного службовця. Тому, що саме через імідж відображається сприйняття чи несприйняття громадськістю політики, що проводиться у державі, розкривають ставлення громадян до її інституцій.

У процесі формування іміджу державного службовця 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 владних суб'єктів.

1. Імідж державного службовця та державного органу його значення

Імідж державного службовця – це уявлення широкого кола громадськості про риси, притаманні тільки цьому колу працівників. Він проявляється в умінні виражати й реалізовувати завдання та інтереси установи, яку державний службовець представляє, у володінні певним обсягом своєрідних знань, умінь і навичок, у професійності, етичній культурі, культурі спілкування.

Імідж – це образ, що формується з метою впливу на масову свідомість засобами масової інформації і є показником рівня довіри громадян до державних службовців і критерієм оцінки суспільства ефективності управлінської діяльності. Він фіксує сту-

пінь відповідності дій державних органів вимогам і очікуванням конкретних соціальних груп і суспільства в цілому.

Перш за все, державний службовець має усвідомити, що він служить народу, а не навпаки. Вирішуючи питання громадян, що звертаються, представник держави має бути дієвим, рішучим та справедливим, незалежно від соціального становища в суспільстві людей, які потребує його допомоги. Потрібно пам'ятати, що які будуть вчинені вчинки зі сторони державного службовця, відповідні реакцію та висновки слід чекати від суспільства. Крім професіоналізму та компетентності державний службовець повинен бути порядним, чесним, повинен бути патріотом своєї справи. Саме ці якості значно вплинуть на формування позитивного іміджу державної служби в цілому. Державний службовець у спілкуванні з громадянами повинен постійно відчувати себе представником влади і пам'ятати про свій імідж, який є показником довіри до нього населення.

Основні чиники формування позитивного іміджу державного службовця

внутрішні	зовнішні
вміння справляти на оточуючих позитивне враження про себе	чистота, охайність одягу, привітність, доброзичливість
уміння спілкуватися з людьми, вислуховувати їх	стриманість, вміння стримувати свої емоції, керувати своєю психікою
володіння позитивними особистісними якостями	вироблення в собі позитивних особистісних якостей, хороших манер поведінки

Технологія створення іміджу державного службовця – справа складна, яка потребує великої праці особистості над собою.

Комунікативні якості державного службовця як складова його позитивного іміджу	
позитивні	негативні
порядність	аморальність, нечесність
справедливість	несправедливість
врівноваженість, поважливе і шанобливе ставлення до громадян	драгівливість, нестриманість, зухвалість, зневажливість, нахабність
довіра до колег	підозрілість, недовір'я

стимулювання ініціативи, творчого підходу до роботи	консерватизм, роздратування, заздрість
тактовність, товариськість, врахування індивідуальних особливостей підлеглих	нетактовність, відсутність співчуття, бажання зробити кому-небудь добро, принести користь, черствість, грубість, жорстокість
відсутність дріб'язковості	бюрократизм, надмірна прискіпливість
самокритичність, вимогливість до себе та до підлеглих	відсутність критичного ставлення до себе, до своєї діяльності, поведінки, невимогливість до себе та підлеглих
толерантність	відсутність терпимості до думок, поглядів, вірувань інших

Проведення реформ в Україні закладає підвалини для оновлення комплексу професійно-кваліфікаційних характеристик посад державних службовців як однієї зі складових розробки сучасних вимог до управлінських кадрів, формування критеріїв та методів оцінки при їх доборі, просуванні по службі та атестації, визначення змісту навчання державних службовців, для удосконалення механізмів конкурсних і атестаційних заходів. Адже для сучасного державного службовця важливі не просто самі по собі знання, а здатність ефективно діяти в реальних ситуаціях. Професіоналізм державних службовців — це не лише національний здобуток, справжнє багатство України, а й значний акумулятор ресурсів суспільства. Постійне зростання культури державних службовців є одним з вирішальних факторів підвищення ефективності самого державного управління

Для державних службовців, які працюють в Ярмолинецькій районній державній адміністрації напрямками для формування та підтримання позитивного іміджу є:

- постійна і систематична робота державних службовців із нормативно-правовою базою, розпорядчими документами, інформаційними листами, методичними рекомендаціями та інструкціями тощо;
- самоосвіта за напрямками:
- вивчення і використання спеціальних галузевих документів (які регулюють діяльність того чи іншого структурного підрозділу районної державної адміністрації);
- набуття другої вищої освіти;

- проведення навчань з державними службовцями районної державної адміністрації з питань правової освіти, які проводяться систематично;
- участь у спеціалізованих семінарах, організованих органами державної влади вищого рівня для фахівців, відповідальних за певні галузі;
- участь у семінарах, нарадах, навчаннях, організованих органом державної влади та Хмельницьким центром перепідготовки та підвищення кваліфікації працівників органів державної влади.

Позитивний імідж персоналу державного органу залежить від того, як чітко встановлені правила внутрішнього трудового розпорядку. Розробка, запровадження і чітке дотримання трудового розпорядку забезпечує належну трудову та виконавську дисципліну, що безпосередньо впливає на формування позитивного іміджу.

Рішенням загальних зборів трудового колективу Ярмолинецької районної державної адміністрації Хмельницької області від 26 лютого 2018 року №1 затверджено Правила внутрішнього трудового розпорядку, які мають на меті зміцнення трудової і виконавської дисципліни, правильну організацію праці, раціональне використання робочого часу, підвищення якості і продуктивності праці. Правилами також передбачено тривалість робочого часу і час відпочинку, заохочення за успіхи в роботі, стягнення за порушення трудової дисципліни, застосування заходів дисциплінарного впливу.

Дотримання правил внутрішнього трудового розпорядку, професійність, взаємодопомога і взаємоповага, спрямованість на виконання однієї важливої справи – служіння народу – свідчать стабільно задовільні рейтингові показники соціально-економічного та культурного розвитку району (додаток №1).

З метою активізації роботи Ярмолинецької районної державної адміністрації з питань виконання бюджету, соціально - економічного та культурного розвитку району, стабільності – враховується до уваги думка кожного державного службовця, депутатського корпусу, жителів селища, громадських організацій, позитивно сприймається ініціативність та творчий підхід у вирішенні окремих завдань.

Неможливо відокремити імідж державного службовця від іміджу органу державної влади. Поняття «імідж держави, державної влади» є корпоративним уявленням громадян, яке формується в громадській думці через засоби масової інформації та інтегрується як з окремих образів державних осіб, так і з оцінок діяльності гілок і органів влади, стану загальнодержавної політики та рівня її соціальної спрямованості.

Головним атрибутом будь якої іміджевої системи є структура, яка включає вісім складових компонентів:

1. **Діловий імідж** організації – це уявлення про організацію як суб'єкта ділової активності (сюди входить повнота і своєчасність наданих послуг громадянину).

2. **Імідж працівників** включає уявлення про стиль життя, суспільний статус і деякі особистісні психологічні характеристики.

3. **Внутрішній імідж** організації – це уявлення про культуру організації, її соціально-психологічний клімат.

4. **Імідж керівника** включає уявлення про можливості, ціннісні орієнтації, психологічні характеристики і зовнішність керівників.

5. **Імідж персоналу** – це узагальнене уявлення про персонал, фахову компетентність, що включає мобільність, точність виконання роботи, інформованість, висококваліфіковану фахову підготовку, культуру спілкування, соціально-психологічні характеристики співробітників, а також їх соціально-демографічні й фізичні дані.

У Ярмолинецькій районній державній адміністрації станом на 01.01.2018 року на посадах державної служби перебуває 81 державний службовець, більша частина держслужбовців має економічну освіту, 50 службовців перебувають на державній службі більше 10 років. Керівниками структурних підрозділів Ярмолинецької районної державної адміністрації в основному є службовці, які мають термін перебування на державній службі більше 15 років (додаток №2).

6. **Візуальний імідж** організації – це уявлення про організацію, субстратом якого є зорові відчуття, що фіксують інформацію про інтер'єр офісу, приймальню керівника, кабінет, символіку організації.

7. **Соціальний імідж** організації – це уявлення широких кіл громадськості про соціальні цілі й роль організації в житті громадськості.

8. **Імідж послуги** – це уявлення людей стосовно особливих характеристик якими є ці послуги.

Найважливішими факторами, що впливають на формування іміджу державної влади є: забезпечення результативності діяльності влади в інтересах суспільства; прозорість дій і відкритість влади до діалогу з громадянами; підконтрольність діяльності державних службовців і її висвітлення у ЗМІ; ефективна й об'єктивна кадрова політика в органах державної служби, як складова механізму формування іміджу; організаційна культура.

Загальні питання соціально-економічного та культурного розвитку району Ярмолинецька районна державна адміністрація вирішує шляхом виконання цілої низки галузевих програм, зокрема Програми соціально - економічного та культурного розвитку району на 2018 рік (додаток №3).

У даний час на виконанні структурних підрозділів Ярмолинецької районної державної адміністрації знаходиться 18 районних програм (додаток №4). Проблемні

питання життєдіяльності окремих мешканців району вирішуються шляхом забезпечення виконання звернень громадян. За I півріччя 2018 року до Ярмолинецької районної державної адміністрації надійшло 154 (за відповідний період 2017 року 212) письмових звернень, з них з обласної державної адміністрації 13 звернень (за відповідний період 2017 року – 9), з обласного контактного центру 126 звернень (за відповідний період 2017 року – 182).

За цей період найбільше звернень надійшло до райдержадміністрації з обласного контактного центру питань оформлення субсидій на оплату житлово-комунальних послуг – 54 (за 6 місяців 2017 року - 42 звернень); оформлення та надання соціальної допомоги – 26 звернень (за 6 місяців 2017 року - 42 звернень); житлово-комунальні питання – 11 звернень (за 6 місяців 2017 року - 13 звернень); питання оренди землі та земельні спори – 6 (за 6 місяців 2017 року - 5 звернень); житлові питання – 8 (за 6 місяців 2017 року - 5 звернень). З метою надання допомоги громадянам у вирішенні першочергових питань у поточному році проведено 9 «гарячих» телефонних ліній та 12 виїзних прийомів громадян.

Візуальний імідж районної державної адміністрації створений на належному рівні – належний зовнішній та внутрішній вигляд приміщення, обладнано стенди (структура райдержадміністрації та сема їх розміщення в адмінбудівлі, стенди з інформацією з основних питань роботи структурних підрозділів райдержадміністрації, оголошеннями, обладнано громадську приймальню та чітко налагоджено її роботу). Нагальним на даний час є терміновим вжиття заходів щодо закінчення ремонту залу засідань колегій райдержадміністрації.

З метою залучення інвестицій в Ярмолинецький район розроблено інвестиційний паспорт району (сайт райдержадміністрації), вжито заходів, щодо відкриття туристичних маршрутів та урізноманітнення привабливості району - розміщено на сайті райдержадміністрації проморолик « Ярмолинеччина запрошує» - краса та досягнення рідного краю, Діяльність районної державної адміністрації є публічною, широко висвітлюється через сайт районої державної адміністрації та засоби масової інформації, де чітко налагоджено співпрацю з районними та обласними газетами.

Соціальний імідж - це уявний образ певного об'єкту, предмету, явища, що виникає у процесі виявлення соціального ефекту (суспільної корисності чи соціальної ефективності) від їх діяльності. При цьому ми розуміємо, що соціальний імідж державної служби – це рівень надання соціальних послуг населенню, а також соціальна ефективність діяльності державного органу, кожного окремо взятого державного службовця чи посадової особи як безпосередніх представників державної служби як окремого виду діяльності. Відповідно в даному аспекті розмежовується соціальний імідж знову ж таки державного органу, державного службовця і державного управління як функції держави в цілому.

Соціальний імідж Ярмолинецької районної державної адміністрації проявляється у своєчасності та повноті надання різного виду допомог населенню району, консультацій з питань призначення різного роду допомог, пенсій, субсидій. Організація виїзних прийомів до територіальних громад району керівництвом райдер-

ж адміністрації, «гарячих» телефонних ліній, активізація роботи соціальних служб з питань соціального захисту населення, особливо пільгової категорії - ветерани війни, учасники бойових дій, переселенці і т.д.) (додаток №5).

Імідж послуг— У 2016 році відповідно до розпорядження голови районної державної адміністрації створено і діє в районі Центр надання адміністративних послуг через який забезпечується надання 167 адміністративних послуг 18 суб'єктами надання адміністративних послуг. У січні-червні 2018 року надано 6462 адміністративних послуги, видано 44 документи дозвільного характеру, зареєстровано 10 декларацій та надано 1048 консультацій, в тому числі 24 – щодо видачі документів дозвільного характеру. Протягом I півріччя 2018 року державним реєстратором юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців надано 564 адміністративних послуги, щодо прав на нерухоме майно та їх обтяжень – 697.

Загалом основним критерієм ефективності діяльності влади є здатність нести відповідальність за прийняті рішення, а також і за її бездіяльність. Як показує практика, чим гучніші заяви роблять державно-управлінські структури і чим менш рішучими виявляються їх дії, тим меншу ефективність вони декларують, тим негативніший імідж вони мають в очах громадськості.

II

Інноваційні технології формування позитивного іміджу органів влади

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.

Одним із найбільш слабких місць у сучасному державному управлінні є забезпечення ефективності застосування інноваційних технологій управління у владній вертикалі «держава-регіон-територіальна громада», що пов'язані з переходом від командно - адміністративної до демократичної, соціально орієнтованої, ринкової управлінської практики відповідно як до нормативних вимог, рішень і моделей діяльності влади так і до потреб населення. Нестабільність сучасного становища України у світі посилюється через панування застарілих методів управління, низький рівень виконавської дисципліни як у системі державного управління так і в суспільному виробництві.

У цьому плані особливий інтерес в теорії і практиці державного управління викликають інноваційні технології позитивного та достовірного відображення результатів управлінських дій державних службовців і посадових осіб органів місцевого самоврядування, які викликають довіру населення. Загальними рисами таких технологій є зміна орієнтирів:

- від однобічного функціонального бюрократично- формального підходу- до комплексного процесного;
- від роботи окремих розрізнених груп, що кункурують між собою до групової роботи на основі комунікативного менеджменту;
- від прийняття рішень за «найкращими намірами», прикриваючись пошуком глибинних причин вирішення найгостріших проблем до реалізації оптимального варіанту досягнення бажаного майбутнього;
- від влади над людьми – до мандата влади, отриманого від людей.

Саме у такий спосіб інноваційними технологіями варто вважати ті, застосування яких приводить до позитивних зрушень, очевидного успіху, і як наслідок, до стабільного позитивного сприйняття місцевої влади населенням, відходу від усталеної практики командно - адміністративної системи до ефективної демократичної моделі управління.

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.

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

III

Проблеми, щодо формування позитивного іміджу органів державного управління

Проблема позитивного іміджу кадрів органів державної служби та посадових осіб місцевого самоврядування особливо гостро постає в переломні моменти розвитку суспільства, коли зростає тиск зовнішніх обставин, а внутрішні незгоди розхитують самі основи державної влади і всієї системи управління. Це веде до розбалансованості владних повноважень, стримує впровадження інноваційних технологій управлінського контролю із забезпеченням зворотного зв'язку. Імідж державного службовця відображає рівень підтримки громадянами діючої влади, демонструє ступінь суспільної довіри до неї. Через те, формування позитивного іміджу державного службовця виступає необхідною передумовою успішного розвитку та ефективного функціонування органів державної влади.

Оцінка ефективності професійної діяльності державних службовців і державного управління безпосередньо пов'язана з рівнем довіри у відносинах між суспільством і владою, у формуванні якої значну роль відіграє імідж службовців, що склався в суспільній свідомості. Наразі в суспільній свідомості склався стійкий негативний імідж державного службовця; вочевидь наявний конфлікт між його образом та суб'єктивним уявленням про особистісні і професійні якості «ідеального» і «реального» чиновника. Найпоширенішими рисами негативного

образу державних службовців є уявлення про їхній бюрократизм, корумпованість та хабарництво, неповажне ставлення до людей, прагнення використовувати свою роботу в корисливих цілях.

У сфері державного управління суспільне уявлення про владу складається не тільки з інтегрованого уявлення про весь спектр державних осіб, а й з оцінок рівня організації роботи як окремих органів влади, так і всієї системи державного управління. Для створення умов позитивного сприйняття влади населенням, атмосфери партнерства між владою і суспільством необхідно забезпечити їх підкріплення позитивними образами всього масиву державних службовців.

Крім того, на формування іміджу державної влади відчутний вплив має зовнішнє середовище, зокрема оцінювання громадськістю діяльності органів державної влади, ефективності виконання ними своїх функціональних обов'язків. Таким чином, можна стверджувати, що імідж державних установ, у тому числі імідж центральних органів виконавчої влади, носить оцінний характер. Рівень оцінювання іміджу може корелюватися, змінюватися відповідно до умов суспільно-політичного, соціального – економічного та культурного розвитку суспільства. Оцінка іміджу органів державної влади може здійснюватися за двома показниками: дія (діяльність) та поведінка. Оцінка діяльності органів державної влади визначається рівнем виконання ними своїх функціональних обов'язків, а також наслідками їх функціонування для суспільства. На визначення якісних характеристик іміджу (позитивний/негативний) впливає стиль поведінки державних службовців, їхнє ставлення до представників громадськості. Варто зазначити, що ці оцінки ґрунтовані на суспільних домовленостях, значна частина яких виражена в законах і підзаконних актах, що стосуються, зокрема, діяльності органів державної влади.

До основних принципів формування позитивного іміджу органів державної влади слід віднести наступні:

далекоглядність (стратегічність) центральних органів виконавчої влади характеризує їх здатність запропонувати громадянам перспективні та ефективні програми розв'язання суспільно-політичних та економічних проблем.

справедливість центральних органів виконавчої влади передусім пов'язується із законністю, відкритістю та прозорістю їх діяльності, а головне із дотриманням чітких етичних та правових стандартів суспільної життєдіяльності, в протилежному випадку влада ризику виглядати в очах громадськості беззаконною, безвідповідальною і високо корумпованою.

стабільність функціонування центральних органів виконавчої влади створює ефект передбачуваності та перспективності процесів реалізації державної політики. Саме стабільність, яка характеризує ефективну реалізацію функцій державного управління є важливою складовою формування рівня довіри до влади з боку громадськості. Від того наскільки влада є стабільною залежить тривалість комунікативного зв'язку влади та громадськості.

довіра до центральних органів виконавчої влади є також принципом формування позитивного іміджу органів влади та може бути досягнута лише за тих умов, якщо остання доводить свою стратегічну спрямованість надавати об'єктивну інформацію громадськості про свої рішення, декларуючи тим самим відкритість та прозорість своїх дій.

Формування позитивного іміджу центральних органів виконавчої влади посідає важливе місце в системі державних пріоритетів. Для цього існують об'єктивні причини: по-перше, бурхливий розвиток інформаційно-комунікативних технологій, які гранично розширили межі іміджевого впливу державного апарату; по-друге, чітке усвідомлення органами державної влади тієї важливої ролі, яку відіграє зважена іміджева політика в забезпеченні ефективності державної політики та реалізації національного інтересу.

До основних проблем формування іміджу центральних органів виконавчої влади слід віднести:

По-перше, відсутність єдиної Концепції формування іміджу центральних органів виконавчої влади. Існує безліч нормативно-правових актів України, які декларують принципи прозорості та відкритості влади через посилення ролі громадськості при прийнятті управлінських рішень. Зокрема, це закони України «Про інформацію», «Про звернення громадян», «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації», «Про доступ до публічної інформації», «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки» та ін. Водночас зазначені нормативно-правові акти не сприяють формуванню позитивного іміджу центральних органів виконавчої влади.

По-друге, фрагментарність державної інформаційної політики, у тому числі, формування зв'язків з громадськістю. Нормативно-правові акти, що формують державну інформаційну політику, лише в деяких аспектах розвивають інформаційне поле щодо діяльності центральних органів виконавчої влади, однак не впливають на ефективне формування іміджу цих органів.

По-третьє, відсутність довіри населення до інституцій влади та державних службовців. Образ державного службовця є важливою складовою у формуванні іміджу центральних органів виконавчої влади. Формування іміджу державного службовця ускладнюється тим, що в Україні довгий час не існувало власної державно-управлінської системи, а створена після проголошення незалежності система державного управління перебуває у стані постійних змін та трансформацій. Крім того у населення України склалося негативне ставлення до чиновників, а також державних інституцій.

По-четверте, негативні прояви в системі державного управління, такі як: непрофесійність, корупція, протекціонізм, непрозорість прийняття управлінських рішень, негативно впливає на формування іміджу центральних органів виконавчої влади.

По-п'яте, відсутність комплексної програми владних структур щодо формування конструктивних зв'язків з громадськістю та врахування думки населення України під час прийняття та реалізації важливих управлінських рішень.

По-шосте, недосконала співпраця владних структур з засобами масової комунікації (ЗМК), які висвітлюють діяльність центральних органів виконавчої влади. Слід врахувати налагодження та постійний зв'язок ЗМК з центральними органами виконавчої влади під час розробки Концепції формування іміджу центральних органів виконавчої влади. Крім того: ЗМК уособлюють собою фактично «четвертою владою» та мають досить велику довіру населення; ЗМК являють собою так званого

посередника між центральними органами виконавчої влади та населенням країни; ЗМК фактично через свої інформаційні повідомлення змушують центральні органи виконавчої влади звернути на свою діяльність та результати прийнятих рішень.

По-сьоме, потребує прийняття Етичного кодексу державного службовців та посадової особи місцевого самоврядування з метою формування позитивного іміджу зазначених осіб. У зазначеному Кодексі слід зазначити не тільки обмеження поведінки державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування, а також їх звітування перед громадськістю за свою діяльність, що налагодить співпрацю між центральними органами виконавчої влади та громадськими інституціями.

Відсутність адекватного підкріплення, мала емоційна насиченість і реалістичність сприяють послабленню і руйнуванню створюваного іміджу. Тому для формування та підтримки позитивного іміджу державного службовця доцільно використовувати різні засоби масової комунікації. Висвітлення ними особливостей діяльності, труднощів, що виникають під час вирішення завдань, об'єктивно досягнутих успіхів здатне сформувати змістовний, реалістичний образ державних службовців, зміцнювати їх авторитет, підвищувати довіру до влади та держави.

ІУ

Роль ЗМІ у формуванні іміджу державного службовця та державного органу

Велику роль у формуванні іміджу державного службовця відіграють ЗМІ. Засоби масової інформації (ЗМІ) – преса (газети, журнали, книги), радіо, телебачення, інтернет-видання, звукозаписи і відеозаписи, відеотекст, телетекст, рекламні щити і панелі, домашні відеоцентри, що поєднують телевізійні, телефонні, комп'ютерні та інші лінії зв'язку. Всі ці засоби об'єднують однакові якості, які є притаманними для них, а саме: 1) постійне звернення до масової аудиторії; 2) вони є доступними більшості людей; 3) корпоративний сенс діяльності та розповсюдження інформації

ЗМІ завдяки своїй діяльності висвітлюють різноманітні аспекти іміджу державного службовця, починаючи від персоніфікованих портретів та у кінцевому результаті є подання інформації щодо результатів їх діяльності як і громадської, політичної так і особистого життя. З іншої сторони, ЗМІ активно контролюють їх діяльність на думку суспільства і у цьому аспекті вони є надійним засобом зворотної комунікації між суспільством та державними службовцями.

Окрім того, українські ЗМІ займаються формуванням громадської думки щодо державних службовців, вони ще й впливають на їх суспільний образ тобто імідж. Адже вони є одним з найважливіших суб'єктів формування іміджу державного службовця. Серед інших політичних і соціальних інститутів ЗМІ відрізняються збільшеним ступенем впливу на створення аудиторії, так як використовують високо ефективні інструменти комунікації. Вони прямо чи опосередковано беруть участь у процесі всебічного процесу творення і трансляції іміджу людини, груп людей, організацій, націй, держав.

Ефективність функціонування державної влади у суспільстві стає можливим тільки тоді коли є позитивне схвалення з боку громадськості, адже потрібно підтримувати та формувати у суспільному уявленні позитивний імідж державного службовця, як особи, яка захищає інтереси держави та суспільства. Державний службовець за специфікою своєї діяльності більшість свого часу перебуває в центрі уваги суспільства і ЗМІ.

Варто зауважити що ЗМІ не можуть не впливати на процес формування іміджу державних службовців в Україні через такі чиники:

- ЗМІ уособлюють собою фактично «четвертою владою» та мають досить велику довіру населення;
- ЗМІ являють собою так званого посередника між держслужбовцями та населенням;
- ЗМІ фактично через свої інформаційні повідомлення змушують державних службовців звернути увагу на свою поведінку, на манеру одягатися, культуру мовлення та інші важливі аспекти.

Імідж державних службовців в Україні багато у чому залежить від того наскільки адекватно та віддано він виконує свої обов'язки, від особистісних якостей, манер поведінки, що в кінцевому випадку висвітлюється у різних ЗМІ. Імідж державних службовців в Україні за допомогою ЗМІ створюється шляхом нав'язування певних асоціацій щодо об'єкту іміджу, а це зумовлює відповідне ставлення (негативне, позитивне, нейтральне) до державного службовця. Тобто у процесі формування іміджу ЗМІ сприяють створенню уявлень про державного службовця та можуть звертати увагу людей на нього. Загалом можна виділити 4 кроки у налагодженні конструктивного діалогу між державним органом та ЗМІ, зокрема:

- 1) запровадження для повсякденної співпраці зі ЗМІ у прес-службах органів державної влади спеціальної телефонної лінії, з допомогою якої журналіст у будь-який час зможе отримати офіційну інформацію про діяльність відповідного органу;
- 2) запровадження «інституту громадської експертизи», що передбачає залучення до оцінки роботи органів державної влади представників громадськості та ЗМІ. Така форма підштовхуватиме як органи влади, так і ЗМІ до активізації співпраці.
- 3) запровадження органами державної влади системного моніторингу пропозицій та зауважень до своєї діяльності, оприлюднених у ЗМІ. Реакція на виступи у ЗМІ просто необхідна;
- 4) запровадження механізму реагування на зауваження і пропозиції щодо підвищення ефективності діяльності органів державної влади (з визначенням термінів), оприлюднених у ЗМІ.

ВИСНОВОК

В умовах державних політичних та економічних реформ тільки висока кваліфікація, професійна та моральна однорідність державного апарату дозволять забезпечити стабільну основу конституційної єдності системи державної влади, сприятимуть подоланню протиріч, що існують між застарілими стереотипами в управлінській діяльності та сучасними вимогами до неї в умовах розвитку українського суспільства. Саме якість надання державною службою послуг населенню є основною умовою наближення держави до пересічного громадянина. Одним із завдань державного управління є формування нової ідеології в 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. І головне правило, якого має дотримуватись і кожного дня собі повторювати державний службовець: «Я служу народу, а не народ мені».

Адміністративна реформа в Україні має народити новий тип державного службовця — висококультурного, професійного, компетентного, здатного діяти ініціативно і відповідально.

Для сучасного державного службовця важливі не просто самі по собі знання, а здатність професійно та ефективно діяти в реальних ситуаціях. Професіоналізм державних службовців — це не лише національний здобуток, справжнє багатство України, а й значний акумулятор ресурсів суспільства.

Формування якісно нового покоління державних службовців, з новими знаннями, вміннями, досвідом сприятиме формуванню нового рівня державного управління в органах влади, який суттєво вплине на імідж держави в цілому.

Список використаних джерел та літератури:

1. Закон України «Про державну службу» від 10 грудня 2015 р. № 889-VIII.
2. Указ Президента України від 01.02.2012 року № 45/2012 «Про Стратегію державної кадрової політики на 2012-2020 роки».
3. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 15 травня 2013 р. № 386-р. Про схвалення Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні:
4. Верех, С. М. Етика поведінки державних службовців: стан, проблеми і шляхи їх вирішення [Електронний ресурс] / С.М. Верех. – Режим доступу: <http://kds.org.ua/blog/etika-povedinki-derzhavnih-sluzhbovtsiv-stan-problemi-i-shlyahi-ih-virishennya>.
5. Мельничук Я. Імідж державних службовців [Текст] /Я. Мельничук // Буковинський вісник державної служби та місцевого самоврядування. – 2011 . – №1. – С.40-41. – (Серія Наукова думка).
6. Ларіна Н. Імідж як комунікативна основа позиціонування влади / Н. Ларіна // Вісник державної служби України. – 2013. - № 2. – С. 20-23.
7. Федорів Т.В. Співвідношення понять “імідж” та “репутація” у державному управлінні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.academy.gov.ua/ej/ej13/txts/Fedoriv.pdf>
8. Теоретичні та методологічні засади управління репутацією органів державної влади : монографія. / Т. В. Федорів ; Національна академія державного управління при Президентові України. – К. : Альтерпрес, 2013.
9. Організаційно-правові засади відкритості державної служби : монографія. / Стельмахук Лариса Степанівна ; Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу. – Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2015