

ЧОРНОМОРСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ПЕТРА МОГИЛИ
ІНСТИТУТ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ
Кафедра публічного управління та адміністрування

Котляревський Богдан Дмитрович

ОСНОВНІ ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ДЕРЖАВНИХ
СЛУЖБОВЦІВ

Спеціальність: 281 Публічне управління та адміністрування

АВТОРЕФЕРАТ

магістерської роботи на здобуття наукового ступеня
магістра публічного управління

Миколаїв – 2019

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження. Тривалі реформи в нашій країні мають на меті підвищити ефективність діяльності владних органів та публічного управління в цілому. Серед основних завдань проведення державних реформ можемо наголосити на існування двох основних груп: завдань, котрі пов'язані з процесами модернізації державних послуг та завдань, котрі пов'язані з підвищенням ефективності кадрового потенціалу публічної служби. На сьогодні вже можемо стверджувати, що завдання першої групи досить успішно реалізуються. Щодо завдань другої групи, то їхня реалізація зіштовхнулася з низкою проблем, в першу чергу, з неготовністю чиновників прийняти нові принципи функціонування. Причиною цього є існуючі в суспільстві уявлення щодо державної служби, тобто її іміджу, котрий формується на основі цілої низки чинників.

Публічна служба являє собою соціальний інститут, котрий володіє певними нормами та правилами поведінки людей в сфері публічного управління та особливим інституційним потенціалом, котрий, в свою чергу, є відображенням нереалізованих можливостей підвищення легітимності даного інституту. Крім того, особливостями інституційного потенціалу є наявність ряду показників: напруженості (ступінь легітимності інституту в даному суспільстві), спрямованість (ступінь здійснення впливу інституту на суспільство) та силового впливу (ступінь важливості існуючих норм, цінностей та ролей, що становлять інституту, для людей, котрі є його членами). Все разом – є соціальним полем інституту, котре може перетинатися з полями інших інститутів, навіть поглинати їх чи поглинатися ними.

Зміни соціального поля інституту можливі лише за допомогою здійснення впливу на імідж суспільних явищ: в сфері маркетингу розроблено кілька методів формування позитивного іміджу, котрі досить часто використовуються й в сфері політики. Розглядаючи історичні факти, можна привести низку прикладів свідомого формування іміджу посадовців, починаючи від сакралізації влади монархів та вождів з найдавніших часів й закінчуючи ретельно сформованими та опрацьованими програмами формування іміджу в сучасному суспільстві.

Актуальність теми також підкреслюється слабкістю та неефективністю існуючої системи публічної служби, підтвердженням чого виступає наявність високого рівня бюрократії, корупції, недостатньо уважного ставлення до існуючих або нагальних інтересів громадян, нестачі висококваліфікованих молодих кадрів та недостатній рівень кваліфікації існуючого штату публічних службовців. Також доречним є вивчення великої кількості негативних оцінок роботи державних органів та несумлінне виконання державними службовцями власних функцій. Все разом призводить до формування негативного образу державного службовця й публічної служби, а також всієї системи публічного управління в нашій країні.

Формування та підтримування позитивного іміджу є вкрай важливим для державних службовців, оскільки саме такий імідж дозволяє визначити ступінь довіри та визнання роботи державних службовців суспільством, виступає вагомими критерієм оцінювання ефективності проведених державних програм та нововведень. Відповідність дій владних органів покладеним очікуванням та вимогам як конкретних груп населення, так й всього суспільства, оцінюватиметься за допомогою іміджу того чи іншого державного органу. Наслідком цього повинна стати певна поведінка громадян щодо

владних органів та їх представників, проведених державних програм та ступеню підтримки суспільством діяльності державних службовців та державних органів. Формування позитивного іміджу державних службовців – це необхідна умова подальшого розвитку та зміцнення публічної служби, поліпшення її функціонування та підвищення ефективності.

Вітчизняна наукова література містить достатню кількість напрацювань, присвячених теоретичному та методологічному аналізу державної служби та її іміджу, зокрема дослідження С. Адамчука, Г. Атаманчука, Н. Богданової, Т. Василевської, К. Ващенко, С. Сergyгін, Г. Попова, М. Коновалова тощо; етичним питанням державної служби присвячені дослідження таких науковців, як Е. Богатирьова, В. Браталова, О. Штирьова тощо.

Такі дослідники, як Н. Васюк, С. Денисюк, С. Колосок, С. Кузьміна, І. Маслов та ін. намагалися обґрунтувати переваги та недоліки існуючого методологічного інструментарію вивчення іміджу державної служби, наголошуючи на необхідності її реформування та вдосконалення.

Нормативну базу роботи становлять Конституція і закони України, міжнародно-правові нормативно-правові акти, укази Президента України, постанови Кабінету Міністрів України та відомчі нормативні акти, що регламентують питання публічної служби в Україні. Емпіричну базу дослідження становлять статистичні й аналітичні матеріали регламентації процесів реформування публічної служби, котрі мають позитивний досвід.

Об'єкт дослідження – імідж державного службовця.

Предмет дослідження – фактори, котрі визначають особливості формування іміджу державних службовців в Україні.

Мета й завдання дослідження. Метою магістерської роботи є визначення факторів, що впливають на формування іміджу державних службовців та аналізу ступеня їх впливу.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі **завдання**:

- визначити зміст та сутність поняття «імідж державного службовця», виявити проблеми його формування;
- розглянути основні фактори формування іміджу державних службовців;
- обґрунтувати особливості впливу засобів масової інформації, організаційної культури державної служби, етики державної служби, професійно-комунікативної компетентності на процеси формування іміджу державних службовців;
- дослідити чинники формування позитивного іміджу державних службовців;
- оцінити стан іміджу державних службовців за допомогою розглянутих факторів.

Методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань використовувався комплекс взаємодоповнюючих методів дослідження. Теоретичний аналіз використовувався для вивчення іміджу муніципальних службовців, а також для розробки рекомендацій щодо його формування. В рамках соціально-політичного аналізу використані порівняльний, інституційний, ситуаційний підходи для більш глибокого вивчення публічної служби з усіма особливостями. В ході дослідження автор спирався на міждисциплінарний підхід, що дозволяє залучити досягнення політології, соціології, економіки, культурології та інших наук.

Наукова новизна одержаних результатів дослідження полягає в тому, що

найбільш ефективними факторами формування позитивного іміджу публічних службовців є виконання ними власних функцій, законодавчо визначених призначенням і роллю у вітчизняному суспільстві.

вперше:

виявлені теоретичні проблеми вивчення іміджу в сучасній науковій літературі та актуалізована необхідність концептуалізації соціально-політичного простору вивчення іміджу;

удосконалено:

основні теоретичні проблеми конструювання іміджу державної служби та виявлено найбільш перспективні теоретичні та методологічні підходи для вивчення даної предметної області з урахуванням динамічного розвитку інформаційних технологій в сучасному світі;

дістало подальшого розвитку:

основні проблеми в розвитку і функціонуванні державної служби в умовах реалізації реформи децентралізації в Україні, суть яких полягає в інертності вітчизняної адміністративної системи і відсутності ефективної системи;

положення про те, що позитивний імідж державної служби є важливим фактором підвищення конкурентоспроможності вітчизняної адміністративно-управлінської системи та виявлено основні шляхи і методи його формування, спрямовані, перш за все, на підвищення ефективності роботи державних службовців та оздоровлення їх морально-етичного вигляду.

Компетентним і ефективним виконанням покладених обов'язків, якісним рішенням значущих економічних і соціально-політичних завдань державні службовці та публічна служба створює для себе основу позитивного іміджу, забезпечуючи за рахунок цього стійку підтримку і легітимацію у вітчизняному співтоваристві.

Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що результати дослідження можуть застосовуватися органами державної влади для вирішення проблем формування свого іміджу як організаційно-політичного ресурсу, робота може бути використана для подальших наукових розробок проблем іміджелогії. Положення і висновки можуть знайти застосування при підготовці рекомендацій прикладного характеру при розробці різних іміджевих програм, в тому числі інформаційних; бути корисними при читанні курсів загальної та прикладної політології, політичної соціології, кратології, політичної регіоналістики; використані органами влади, політичними партіями та громадськими організаціями в формуванні власного привабливого іміджу; окремі положення можуть бути затребувані в процесі підготовки і перепідготовки, підвищення кваліфікації працівників органів публічної служби, місцевого самоврядування та громадських організацій.

Апробація результатів дослідження. Матеріали магістерської роботи стали підґрунтям для написання тез доповідей на конференцію «Могилянські читання-2019» на тему «Імідж державних службовців: поняття, зміст, особливості» та науково-практичної конференції «Лісабонський договір – 10 років після набуття чинності. Що змінилося у функціонуванні ЄС?» на тему «Особливості організаційної публічної служби у Франції: можливості використання в Україні».

Структура дослідження. Специфіка теми, сформульовані мета і завдання визначили послідовність викладення матеріалу і структуру роботи. Робота загальним

обсягом 102 сторінки складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ МАГІСТЕРСЬКОЇ РОБОТИ

У вступі обґрунтовані актуальність теми, сформульована мета та основні завдання, об'єкт і предмет, методи дослідження, висвітлена наукова новизна та практичне значення виконаної роботи. Наведено результати апробації основних положень й особистий внесок автора дослідження.

У першому розділі «Теоретичні проблеми формування іміджу державних службовців» висвітлено історію поняття «мотивація», «мотив», «мотивація державних службовців», охарактеризовано особливості сутності та змісту мотивації службовців в Україні та порівняно з існуючими практиками в зарубіжних країнах.

Підрозділ 1.1. «Особливості та основні складові поняття іміджу державного службовця» присвячений аналізу етапів розвитку поняття «імідж», «імідж державних службовців» та «імідж державної служби».

Поняття «імідж» в останні роки стало досить поширеним і в побуті, і в лексиконі представників ряду наук і фахівців-практиків. У числі перших, хто звернувся до цього поняття, були фахівці в області public relations, реклами і політики. Трохи пізніше цей термін став все активніше культивуватися в психології, соціології, культурології, менеджменті. Все частіше в спеціальній літературі та в ЗМК зустрічаємося з описами іміджу лідера, політика, бізнесмена, іміджу організації, товару, послуги, іміджу міста, країни, професії і т.д.

У підрозділі 1.2. «Основні фактори формування іміджу державних службовців» розкрито основні фактори формування державних службовців.

Однією з технологій формування позитивного іміджу державних службовців в очах громадян є створення в державних органах особистої прес-служби, яка надавала б достовірну інформацію про державних службовців засобів масової інформації, для того щоб уникнути спотворень. До основних проблем, що перешкоджає формуванню позитивного іміджу державного службовця, відносяться: протиріччя між позитивним характером іміджу в розумінні державних службовців і менш сприятливим сприйняттям іміджу державних службовців населенням. Процеси формування іміджу державних службовців детермінуються цілим рядом факторів, котрі надають різнопланового впливу. Вдосконалення іміджу державного службовця має ґрунтуватися та враховувати фактори безпосередньо пов'язані з довірою населення до державного апарату в цілому, а також сприяти поліпшенню ефективності професійної діяльності.

Зроблено висновок, що імідж державного службовця – є індивідуальним іміджем, котрий виступає в якості оціночного образу, котрий складається з наступних параметрів: результативності та ефективності роботи, професіоналізму та сумлінності, посадової поведінки, культурного рівня, комунікативних якостей тощо, а також суб'єктивних оцінок діяльності службовця з боку начислення та інститутів громадянського суспільства.

У другому розділі «Основні фактори формування позитивного іміджу державних службовців» визначені основні фактори, котрі впливають на процеси формування позитивного іміджу державних службовців.

У підрозділі 2.1. «ЗМІ як основоположний фактор формування іміджу державних

службовців» визначено, що імідж будь-якої сучасної держави як певного корпоративного інституту в цілому і державної служби в ньому зокрема знаходиться в прямій залежності від тих державних службовців, які формують його за допомогою створення власного особистого іміджу. Ніяка негативна інформація, поширювана через різні ЗМІ як особливу інформаційне середовище не здатна зруйнувати імідж того, хто має високі моральні принципи і засади, своєю щоденною працею приносить користь суспільству, робить позитивні вчинки на благо суспільства, забезпечуючи тим самим його якісний розвиток. Сьогодні особливо актуально управляти іміджем, використовуючи самі сучасні, найбільш затребувані, а тому високопродуктивні канали комунікації, як соціальні мережі, вдаючись до допомоги професійних PR фахівців і фахівців в сфері формування і розвитку іміджу. Поряд з особистими якісними вчинками державного службовця це дозволить за допомогою комунікації та ЗМІ сформувати якісний, позитивний імідж не тільки для кожного окремого представника державної служби, а й держави в цілому.

У підрозділі 2.2. *«Організаційна культура як фактор формування іміджу державного службовця»* показано, що головним фактором, котрий здійснює вплив на процеси формування іміджу державного службовця є організаційна культура тієї державної установи, в котрій службовець працює. Специфікою організаційної культури державні органи не суттєво відрізняються від установ комерційного типу. Встановлено, що організаційна культура відіграє велику роль в процесах розвитку внутрішнього та зовнішнього іміджу організації. При цьому, якщо вона є унікальною та виділяє організацію на фоні інших, привабливість саме такої організації буде різко зростати. У контексті реформування державної служби та ефективності державних службовців особливого значення набуває залучення молодих фахівців. Молодий співробітник розумітиме, що він працює в динамічній структурі, котра підтримує корпоративні цінності, що, безсумнівно, здійснюватиме вплив на підвищення його трудової мотивації та бажання працювати саме в такій організації.

Зроблено висновок, що зміцнення позитивного іміджу державної служби слугуватиме передумовою посилення конкурсного набору та залучення на роботу найбільш підготовлених фахівців. ЗМІ вважають одним із найбільш поширених іміджеутворюючих чинників, котрі користуються довірою серед населення та суспільства внаслідок наявності труднощів доступу до більш авторитетних інформаційних каналів. Зазначимо, що якість, надійність та правдивість тиражованої інформації є різною, однак навіть сучасна освічена людина не завжди в змозі розпізнати наявні відмінності.

У третьому розділі *«Основні фактори покращення іміджу державних службовців»* обґрунтовані основи і напрямки діяльності щодо вдосконалення мотивації службовців; визначено основні проблеми та шляхи їх вдосконалення, що впливає на ефективність публічного та муніципального управління в Україні.

У підрозділі 3.1. *«Особливості впливу дотримання етичних норм державними службовцями на формування позитивного іміджу»* визначено, що у публічній службі право є головним регулятором відносин між людьми всередині системи служби із зовнішнім світом. Етика публічного службовця займає в даному випадку допоміжне становище. Мета права – уніфікувати і стандартизувати поведінку публічних службовців так, щоб ні часта змінюваність, ні малий обсяг спілкування з населенням не могли вплинути на сприйняття постаті посадовця як представника влади. Поведінка державних службовців повинна відповідати очікуванням громадян та забезпечувати довіру

суспільства до органів публічної служби, сприяти ефективній реалізації прав та свобод людини та громадянина, закріплених положеннями Основного закону та іншими нормативно-правовими актами нашої країни. Публічні службовці повинні сумлінно виконувати власні службові повноваження, обов'язки, проявляти ініціативу та творчі здібності, постійно підвищувати власну професійну кваліфікацію й удосконалювати особливості організації власної роботи. Але, слід розуміти, що професійну етику не можна запровадити авторитарними методами. До процесів формування професійної етики варто залучати самих державних службовців. Однак, продуктивним стане тільки використання двостороннього способу її формування та запровадження, а саме:

–кожен державний службовець має усвідомити роль професійної етики як передумови професійної культури, колективного вироблення її цінностей та норм;

–формування та дотримання політичної волі з належним формальним забезпеченням професійної етики як певного робочого інструменту публічної служби.

Отже, суспільним цінностям належить особлива роль в поведінці державних службовців. Саме вони здійснюють формування своєї системи координат певного іміджу, в межах котрих й відбувається формування його поведінки.

У підрозділі 3.2. *«Професійно-комунікативна компетентність як фактор впливу на формування позитивного іміджу державних службовців»* показано, що великою мірою на процеси формування позитивного іміджу державного службовця впливає наявний рівень професійної компетентності, вміння спілкуватися з людьми, знаходити з ними спільну мову, якісно спілкуватися з представниками різних рівнів влади та громадськості. Покращення вказаних навичок дозволить державним службовцям самостійно, адекватно та відповідально виконувати власні завдання, що безумовно сприятиме підвищенню й зміцненню іміджу. Особливе місце в ряду проблем, котрі мають безпосереднє відношення до іміджу державної служби, має професійна компетентність державного службовця. Проявами такої компетентності є, в першу чергу, рівень освіти службовця, наявність чи відсутність спеціальних професійних навичок, вмінь та знань. Можемо стверджувати, що підвищення професійної комунікативної компетентності державних службовців, котра ґрунтується на комунікативних здібностях, вміннях та знаннях, інтелектуально, особистісно та мотиваційно обумовлені соціальними та професійними характеристиками, котрі дозволяють державним службовцям самостійно та відповідально здійснювати ефективні й адекватні комунікативні дії за певних обставин, що сприяє формуванню позитивного іміджу державної служби в цілому.

Зроблено висновок, що імідж державних службовців є відображенням рівня підтримки громадянами діючої влади, демонстрацією ступеня суспільної довіри до неї. Крім того формування іміджу державних службовців виступає необхідною передумовою успішного розвитку й ефективного функціонування державних органів влади. Для суспільства державні службовці повинні бути, в першу чергу, професіоналами з високим рівнем відповідальності до власної справи, котрі дотримуються морально-етичних норм і норм закону.

ВИСНОВКИ

Державний службовець сьогодні є представником влади, тому його імідж, вміння регулювати, контролювати й моделювати власну життєдіяльність і професійну поведінку,

роблять суттєвий вплив на формування довіри не тільки до нього, як до суб'єкта діяльності, а й до органів публічного управління. У кожній професії, пов'язаній з взаємодією людей, з'являються свої специфічні моральні спокуси, моральні успіхи і невдачі, виникають певні протиріччя, виробляються свої специфічні способи їх вирішення. Як тільки професійні відносини набувають якісної стійкості, починають формуватися особливі моральні установки, що відповідають характеру праці, виникає професійна мораль і етика, що призводять до підвищення рівня позитивного іміджу державних службовців.

Дослідження змісту та значення іміджу державного службовця в Україні в сучасних умовах дало змогу зробити наступні висновки.

1. При існуючому сьогодні в науці різноманітті підходів до визначення поняття «імідж» практично всі дослідники згодні з тим, що сьогодні імідж – це, в першу чергу, модельований образ, свідомо створюваний і надалі трансльований тій чи іншій цільовій аудиторії. При цьому його формування базується на основі реальної поведінки того чи іншого індивіда, під впливом оцінок і думок про нього. Важливо розуміти, що імідж – це категорія не статична, його неможливо одного разу придбати і володіти ним завжди. Тому він вимагає цілеспрямованого управління: створення, розвитку (підтримки) і систематичного поширення (трансляції). З точки зору державної влади, імідж державного службовця фактично є самопрезентацією, конструюванням державним службовцям обраного їм образу з урахуванням цільової аудиторії в особі тих чи інших суспільних груп.

2. Механізм формування цілісного іміджу державного службовця діє в якості системи певних стратегічних й тактичних кроків, що включає:

- розроблення, обґрунтування та опрацювання стратегій;
- окреслення й пошук основних та пріоритетних напрямів;
- здійснення дослідження аудиторії іміджу;
- використання певних методів управління щодо кожної корпоративної групи;
- встановлення меж іміджу та образу державного службовця;
- проведення систематичних різноманітних опитувань (місцевих, регіональних тощо);

– здійснення вибору ЗМІ;
проведення порівняння результатів з використанням контент-аналізу. Наголошено, що важливі чинники, на основі котрих відбувається формування іміджу державних службовців, представлені:

- якістю послуг, котрі надаються;
- рівнем компетентності працівників;
- діяльністю місцевих органів влади та їх службовцями щодо вирішення нагальних соціальних проблем;
- іміджем керівника владного органу;
- дотриманням державними службовцями етичних норм.

3. Процеси формування іміджу державних службовців мають відбуватися на основі принципів покращення особистих моральних якостей і професійних рис, важливих для ділового світу, котрі ґрунтуються на:

а) ЗМІ, котрі чинять вагомий вплив на процеси формування іміджу як державних службовців, так і державних установ в цілому. Як наслідок, варто розвивати взаємозв'язки

з громадськістю, систематично підвищувати відкритість як вид діяльності державних органів та державних службовців, так й відкритість соціально значимих динах, аби громадськість могла самостійно оцінювати ситуацію з того чи іншого питання, а не сліпо вірити публікаціям в ЗМІ;

б) організаційна культура як ідеологія компанії наділяє імідж змістом. Імідж компанії без ідеологічної наповненості не сприймається цільною системою, він є як би набором яскравих фрагментів без загального смислового забарвлення. Втілена в життя організаційна культура як система ціннісних установок і орієнтирів, яка приймається персоналом компанії, формує імідж компанії як особливий психологічний образ. Таким чином, робота над іміджем є однією із стратегічних цілей ефективного управління та соціально етичного маркетингу, досягнення якого становить частину організаційної культури;

в) суспільна оцінка діяльності державних службовців пов'язана з питанням легітимності державної служби, її сприйняття суспільством. Пріоритетна роль при цьому належить морально-етичним аспектам взаємодії держави та суспільства, державних службовців і громадян. Моральну атмосферу в органах влади, непорядність чиновників можуть серйозно дискредитувати будь-які дії чи наміри влади. Саме тому суспільна думка пов'язує авторитет державних службовців з їхньою порядністю, доброчесністю, котрі передбачають дотримання відповідальності та прозорості під час професійної діяльності державних службовців. А вони, в свою чергу будучи основними етичними принципами, котрі регулюють взаємовідносини із споживачами державних послуг, виступають реальними випробуваннями на моральність та професіоналізм державної служби та основою взаєморозуміння й довіри споживачів та суспільства в цілому до державної служби. Як наслідок актуальним є забезпечення доброчесної поведінки державних службовців, що визнається однією із головних пріоритетів розвитку державної служби та передбачає вжиття дієвих заходів щодо врегулювання конфлікту інтересів на державній службі, унормування правил доброчесної поведінки, запобігання проявам корупції на державній службі тощо;

г) державна служба – це не тільки професія, а й спосіб життя, і те й інше визначається внутрішньою культурою державного службовця – прихильністю вищим моральним принципам і цінностям. Корпоративна культура в державних установах – це система координат, регульована Законом про державну службу, в рамках якої взаємодіють організація і співробітники. Багато в чому корпоративна культура в державних установах впливає на поведінку та імідж співробітників, тому важливо приділяти достатню увагу цінностям і традиціям компанії.

4. На імідж державних службовців здійснюють вплив як зовнішні так і внутрішні (психологічні та етичні) чинники. До зовнішніх чинників іміджу державних службовців відносимо: позу, манери, жести, посмішку, зовнішній вигляд (зачіску, одяг, аксесуари), вміння керувати мімікою. Внутрішніми психологічними чинниками іміджу є: харизма, вміння спілкуватися, наявність необхідних позитивних особистісних якостей (доброта, позитивне мислення, чуйність тощо), вміння впливати на людей. Внутрішніми етичними чинниками єб порядність, вірність даному слову, комунікабельність, повага до оточуючих людей, вміння діяти у відповідності до встановлених правил тощо.

Наголосимо, що існує ціла низка чинників, котрі здатні безпосередньо негативно впливати на імідж державного службовця, які представлені:

- непослідовністю власних дій;
- некомпетентністю;
- непрозорістю дій, закритістю;
- байдужістю до роботи, громадян;
- недобррозичливістю, грубістю, неетичністю;
- участю у публічних конфліктах тощо.

Безперечно, вказаних факторів варто уникати й намагатися мінімізувати їхню наявність. Однак, аби сформувати позитивний імідж варто використовувати активні заходи та дії.

5. Імідж державного службовця – це показник рівня довіри до нього громадян. На сьогодні є відчутним дефіцит чесних, компетентних та професійних кадрів державної служби. Як наслідок, виникає потреба у надання великої уваги й часу побудові позитивного іміджу державних службовців. Завданням органів публічного управління – є формування професійної державної служби, в котрій кожен державних службовець повинен:

- бути професіоналом власної справи;
- бути відповідальним щодо дорученої справи;
- добросовісно виконувати власну справу;
- чітко дотримуватися норм законності та морально-етичних норм поведінки, щодо власних колег, громадян тощо.

Крім професіоналізму та компетентності державний службовець має бути добропорядним, чесним, патріотом своєї країни. Саме вказані якості, певною мірою, здійснюють вплив на процеси формування позитивного іміджу державних службовців. З метою прозорості й підвищення рівня довіри до державної служби та службовців населення, варто пропагувати їх діяльність використовуючи ЗМІ, здійснюючи публікації щодо результатів роботи державних службовців, державних органів на сторінках різноманітних видань. Всі вказані заходи сприятимуть підвищенню іміджу державних службовців в суспільстві.

Грунтуючись на результатах проведеного нами дослідження, а також на зроблені висновки, ми пропонуємо рекомендації до створення програми по формуванню позитивного іміджу муніципальних службовців. Під іміджем ми маємо на увазі набір певних якостей і характеристик, що ідентифікують особу. передбачувана програма повинна включати:

- розробка пам'ятки для муніципальних службовців з конкретними рекомендаціями щодо поліпшення іміджу;
- організація і проведення суспільно-значущих заходів, сприяють створенню позитивного іміджу муніципальних службовців у населення;
- розробка критеріїв ефективності даної програми;
- розробка процедури оцінки ефективності даної програми;
- проведення тренінгів і семінарів для муніципальних службовців адміністрації з питань іміджу, етики та службової поведінки.

Наші рекомендації, в першу чергу, спрямовані на підвищення довіри до влади з боку населення, на підвищення рівня розвитку морально-етичних якостей муніципальних службовців в очах громадськості, а також в цілому на підвищення престижу місцевої

влади і поліпшення психологічного клімату в колективі муніципальних службовців.

Підводячи підсумок, хотілося б сказати, що вираз «державний службовець» вже в підсвідомості має на увазі імідж ділової та успішної людини. Йому слід дотримуватися вимог до своєї професії, знати і виконувати всі норми і грамотно взаємодіяти з населенням.

Анотація

У межах дослідження визначено історичні особливості виникнення та становлення поняття «імідж», «імідж державної служби», «імідж державних службовців», обґрунтовано досвід функціонування моделей формування позитивного іміджу державних службовців, а також перспективи вдосконалення іміджу державних службовців. Результати дослідження полягають в розвитку теоретичних та практичних складових іміджу державних службовців та його ролі в процесах формування ефективного державного та муніципального управління, їх іміджу та ролі у формування публічної політики. Доведено особливості складових іміджу державних службовців у вітчизняній практиці. Обґрунтовано необхідність підвищувати імідж державних службовців в сучасному українському суспільстві.

Встановлено, що образ державного службовця, який формують засоби масової інформації в свідомості народу, суперечить з його дійсними характеристиками і здатністю ефективно вирішувати поставлені перед ним завдання. Наголошено, що на сьогодні, оцінка діяльності державних службовців серед мас дуже мала і знижується осмислення політичних процесів та призводить до зниження іміджу державної служби.

Розглянуто й проаналізовано теоретичні аспекти таких факторів, як вплив впливу ЗМІ на імідж державних службовців, вплив організаційної культури на імідж державних службовців, залежність іміджу державних службовців від дотримання етичних норм, і, нарешті, професійно-комунікативна компетентність як фактор формування іміджу державних службовців.

Виявлено, що для державної служби імідж її службовців має статусне значення. Імідж є показником ступеня довіри суспільства до чиновників та можновладців, фактором встановлення відповідності між діями державних органів та вимог з боку певних соціальних груп та населення в цілому.

Охарактеризовано, що імідж визначає ставлення громадян до державних структур, а формування позитивного іміджу державних службовців є одним із головних критеріїв для поліпшення функціонування та розвитку соціальних інститутів в державі.

Ключові слова: імідж, імідж державного службовця, імідж державної служби, компетенції, етика, засоби масової інформації, комунікації, професіоналізм, позитивний імідж, негативний імідж, корупція, бюрократія, професійна діяльність.

Summary

Within the framework of the research, the historical features of the emergence and formation of the notion of «image», «image of the civil service», «image of civil servants» are defined, the experience of functioning of models of formation of positive image of civil servants, as well as the prospects of improving the image of civil servants are substantiated. The results of the study consist in the development of theoretical and practical components of the image of civil servants and their role in the processes of forming effective state and municipal government,

their image and role in shaping public policy. The peculiarities of the components of the image of civil servants in domestic practice are proved. The necessity to increase the image of civil servants in modern Ukrainian society is substantiated.

It is established that the image of a public servant who forms the mass media in the mind of the people contradicts his true characteristics and ability to effectively solve the tasks set before him. It is emphasized that for today, the assessment of the activity of civil servants among the masses is very small and the understanding of political processes is decreasing and the image of the civil service is diminished.

Theoretical aspects of such factors as the influence of the media on the image of a public servant, the influence of organizational culture on the image of a public servant, the dependence of the image of a public servant on the observance of ethical norms, and, finally, professional and communicative competence as a factor in shaping the image of a public servant are considered and analyzed.

It is revealed that the image of its employees has a status value for the public service. The image is an indicator of the degree of public trust in the officials and power holders, a factor in establishing a correspondence between the actions of state bodies and the demands of certain social groups and the population as a whole.

It is characterized that the image determines the attitude of citizens to the state structures, and the formation of a positive image of public servants is one of the main criteria for improving the functioning and development of social institutions in the state.

Keywords: image, image of civil servant, image of public service, competences, ethics, mass media, communication, professionalism, positive image, negative image, corruption, bureaucracy, professional activity.