

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Навчально-науковий інститут «Інститут державного управління»

До захисту

Завідувач кафедри права, національної безпеки
та європейської інтеграції
д-р. юрид. наук, проф. Величко Л.Ю.

ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ КЕРІВНИКА В ОРГАНАХ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня «магістр»

281 Публічне управління та адміністрування

28 Публічне управління та адміністрування

Виконавець

здобувач II курсу, групи ЗПУА-2-23

Д.В. Кісельов

Керівник:

к.держ.упр.

О.В. Кулініч

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ДЕРЖАВНОГО СЛУЖБОВЦЯ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ	8
1.1 Концептуальні підходи до дослідження іміджу	8
1.2 Необхідність формування іміджу державного службовця.....	15
1.3 Імідж та репутація у сфері публічного управління	22
РОЗДІЛ 2 ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВНОГО СЛУЖБОВЦЯ	34
2.1 Правові засади формування іміджу державного службовця.....	34
2.2 Ідейні основи та нормативні стандарти етики державних службовців країн Європейського Союзу	41
2.3 Образ державного службовця органів публічної влади в суспільній свідомості українців.....	49
РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВНОГО СЛУЖБОВЦЯ.....	57
3.1 Корпоративна культура та етика як складові іміджу державного службовця	57
3.2 Принцип відповідальності у формуванні позитивного іміджу державних службовців.....	65
3.3 Громадська оцінка як комплексна характеристика іміджу державних службовців	70
ВИСНОВКИ.....	77
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ.....	80

ВСТУП

Актуальність теми. Рівень взаємодії між суспільством і державою, довіра між державними інститутами та громадянами, а також поведінка кожного громадянина і державного службовця в значній мірі залежать від іміджу державних службовців органів публічного управління. Цей імідж є важливим компонентом у формуванні довірчих партнерських відносин між державою та громадськістю. Тому однією з ключових задач теорії та практики державного управління є активне формування позитивного іміджу державних службовців.

Проте в Україні проблема іміджу управлінської діяльності загострюється через невідповідність між зростаючими вимогами громадськості до органів публічної влади та реальними можливостями органів влади у виконанні управлінських функцій і досягненні важливих завдань державного розвитку. Це зумовлено процесами глобалізації, розвитком інформаційно-комунікаційного суспільства та критичним ставленням до професійної діяльності державних службовців. Наразі в Україні спостерігається низький рівень довіри громадян до державних проєктів, програм і планів, а також відсутність ефективної інформаційно-комунікаційної взаємодії між органами влади та громадянами. У такій ситуації формування позитивного іміджу державних службовців може стати важливим фактором не лише для гармонізації відносин між владою та громадянами, але й для ефективного виконання завдань державного управління, спрямованих на сталий розвиток та покращення якості життя громадян.

Отже, виникає необхідність наукового обґрунтування організаційно-функціональних, соціальних та економічних заходів, спрямованих на формування цілісного та позитивного іміджу державного службовця.

Цю проблему досліджували як вітчизняні, так і зарубіжні фахівці. Зокрема, Л. Браун і М. Спіллейн вивчали зовнішні аспекти формування іміджу і довели, що зовнішні прояви особистості або організації можуть бути вирішальними для створення їхнього позитивного образу.

Теоретико-методологічною основою дослідження є роботи вітчизняних вчених і фахівців у галузі державного управління, публічного управління, менеджменту, психології, економіки тощо. Серед них варто відзначити дослідження В. Бакуменка, Л. Гаєвської, Н. Гончарук, В. Голубя, І. Грицяка, В. Князева, Ю. Ковбасюка, А. Михненка, О. Оболенського, Т. Пахомової, В. Ребкала, І. Рейтеровича, А. Семенченка, Г. Ситника, Ю. Сурміна, С. Телешуна, В. Трощинського, В. Удовиченка та інших.

Вітчизняні науковці проводили дослідження іміджу за двома напрямками. Перший із них стосується теоретичних основ іміджу, що знайшло відображення в працях Е. Дячкової, Г. Почепцова, В. Шепеля. Представники другого напрямку, такі як В. Королько, А. Панасюк, О. Петрова, О. Холод, Ю. Палеха, Е. Галумов, О. Перелигіна, В. Белобрагін, В. Горчакова та інші, зосередилися на прикладних аспектах іміджелогії.

Окремим аспектам формування позитивного іміджу державного службовця, таким як механізми створення іміджу державних установ, ціннісні виміри державних службовців та удосконалення взаємодії органів влади з громадськістю, присвячено роботи Т. Василевської, В. Козакова, І. Колосовської, О. Крутій, Н. Липовської, В. Лоли, Ю. Падафет, Є. Ромата, С. Серьогіна, Т. Федорів, І. Хожило, Т. Хомуленко, М. Шульги та інших.

Проте, незважаючи на значні напрацювання в цій галузі, проблеми формування позитивного іміджу державного службовця потребують подальшого глибокого вивчення, з урахуванням сучасних економічних, суспільно-політичних та зовнішньоекономічних умов, що визначають процес державотворення в Україні. Це і є основною причиною актуальності теми магістерської роботи, її мети та завдань.

Метою магістерської роботи є визначення та теоретичне обґрунтування шляхів формування позитивного іміджу державного службовця органів публічної влади в Україні.

Для досягнення мети було визначено такі *завдання* дослідження:

- узагальнити концептуальні підходи до іміджу в сучасних наукових

дослідженнях;

- виокремити основні складові іміджу державного службовця;
- дослідити потребу формування в суспільній свідомості позитивного іміджу державного службовця;
- вивчити співвідношення понять «імідж» та «репутація в публічному управлінні»;
- проаналізувати правові засади формування іміджу державного службовця в Україні;
- здійснити аналіз сучасного досвіду формування позитивного іміджу державних службовців у зарубіжних країнах;
- проаналізувати ставлення до державного службовця в сучасному українському суспільстві;
- визначити шляхи формування позитивного іміджу державного службовця органів публічної влади в Україні.

Об'єктом дослідження є іміджетворчі процеси в публічному управлінні.

Предмет дослідження – імідж державного службовця органів публічної влади в Україні.

Методи дослідження. Методологічною основою магістерської роботи є комплекс загальнонаукових і спеціальних методів. Використання логічного та історичного методу дало можливість розкрити історичні передумови виникнення та еволюцію іміджу органів державної влади. Застосування системного підходу дало змогу проаналізувати процеси формування і розвитку позитивного іміджу державних службовців цілісно, у взаємозв'язку та взаємовпливах. Структурно-функціональний метод використано в процесі виокремлення складових іміджу державного службовця, з'ясування причинно-наслідкових зв'язків і взаємодії між громадськістю та органами публічного управління. Використання методу порівняльного та статистичного аналізу фактів і явищ дало змогу узагальнити світовий досвід у сфері формування іміджу державних службовців, виявити особливості формування іміджу органів державної влади в Україні та зарубіжних країнах.

Для з'ясування якісних характеристик іміджу органів державної влади та виявлення пріоритетних напрямів його покращення було застосовано метод аксіологічного аналізу та моделювання. Ефективність дослідження процесів формування позитивного іміджу державного службовця використовувався метод аналізу емпіричних даних. У ході дослідження застосовувався також соціологічний метод, що дало змогу визначити рівень довіри населення до держслужбовців і органів державної влади.

Інформаційною базою дослідження слугували вітчизняні та зарубіжні наукові публікації, аналітичні й статистичні дані органів публічного управління та органів місцевого самоврядування, результати соціологічних досліджень, звіти вітчизняних та зарубіжних офіційних установ.

У першому розділі розглянуто концептуальні підходи до дослідження іміджу, обґрунтовано потребу у формуванні позитивного іміджу державного службовця, визначено складові іміджу державного службовця.

У другому розділі проаналізовано нормативно-правові засади формування іміджу державного службовця в Україні, визначено характеристики сформованого образу державного службовця у суспільній свідомості українців, досліджено досвід формування позитивного іміджу державних службовців у зарубіжних країнах.

У третьому розділі розглянуто корпоративну культуру та етику як складові іміджу державного службовця, принцип відповідальності у формуванні позитивного іміджу державного службовця, громадську оцінку як комплексну характеристику іміджу державних службовців, визначено шляхи формування позитивного іміджу державного службовця органів публічної влади в Україні.

Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості використання органами виконавчої влади та місцевого самоврядування напрацювань щодо розвитку управлінської культури державних службовців і формування позитивного іміджу як власне держслужбовця, так і всієї установи.

Запропоновані у магістерській роботі теоретичні положення, висновки і рекомендації можуть бути використані:

- органами публічної влади у процесі формування та розробки іміджевої політики, роботі з кадрами;

- у навчальному процесі Навчально-наукового інституту «Інститут державного управління» ХНУ імені В.Н. Каразіна та інших вищих навчальних закладів за програмами підготовки магістрів публічного управління та адміністрування, зокрема при розробці та викладанні модулів, пов'язаних з питаннями формування та розвитку іміджу державних службовців, органів публічної влади, роботі з персоналом.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ДЕРЖАВНОГО СЛУЖБОВЦЯ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ

1.1 Концептуальні підходи до дослідження іміджу

У науковій літературі існує багато визначень терміну «імідж», що ґрунтуються на різних концепціях. За останні роки кількість досліджень, спрямованих на розкриття сутності цього поняття в різних науках, значно збільшилась. Актуальність розробки поняття «імідж» особливо виражена в контексті сучасних соціальних умов України, зокрема в політології (В. Бебик, С. Денисюк, О. Холод) та державному управлінні (Т. Хомуленко, О. Крутій, С. Колосок, І. Колосовська, Ю. Падафет, Т. Пахомова, Є. Ромат та ін.). Проте практика дослідження іміджу значною мірою спирається на фундаментальні відкриття, зроблені соціологією та соціальною психологією в минулому столітті.

Одним із основних елементів у розумінні іміджу є теорія соціальних уявлень, розроблена в 60-х роках ХХ століття французькими соціальними психологами С. Московічі, Ж.-П. Кодола, Д. Жоделе. В їхніх роботах ще не використовувався сам термін «імідж», але ідеї, пов'язані з формуванням соціальних уявлень про навколишній світ, стали основою для подальших досліджень. В Україні перші теоретичні розробки щодо іміджу як окремого соціального феномену з'являються на початку 90-х років ХХ століття і пов'язані, в основному, із розкриттям змісту цього поняття. Провідними дослідниками, які зробили значний внесок у розвиток цього напрямку, є Г. Почепцов, В. Шепель, А. Панасюк та інші. Як зазначає Б. Борисов, термін «імідж» має таку багатозначність, що його можна зарахувати до категорії мультикультурних символів, оскільки він включає такі поняття, як образ, роль, амплуа, маска, типаж, мода, репутація [10, с. 466].

У своїх дослідженнях В. Белобрагін дає узагальнене визначення іміджу як емоційно забарвленого стереотипного образу, ідеалізованої моделі елементів суспільства, яка формулюється у свідомості індивідів, груп та суспільства з метою досягнення політичних, економічних, соціальних результатів, пізнання, кар'єри та самовираження [7].

Філософський підхід до іміджу розглядає його через призму моральності. Імідж є універсальною категорією, застосовною до будь-якого об'єкта або явища соціального пізнання: людини (персональний імідж), організації (корпоративний імідж), соціальної позиції (імідж політичного діяча), професії (імідж юриста), освіти (імідж випускника Гарварду), товару (імідж діаманта) тощо. У філософії імідж зараховується до галузі соціального пізнання, і в ХХ столітті з'являється нова ідеологія, що розглядає реальність як суб'єктивний продукт свідомості індивіда. У цьому контексті імідж виступає як знак або символ, що впливає на свідомість та підсвідомість людини, змушуючи її діяти певним чином.

У найбільш загальному вигляді можна визначити імідж як зовнішню форму будь-якого об'єкта чи явища (товару, інституту, людини тощо) або уявлення про них, яке цілеспрямовано формується в масовій свідомості за допомогою пабліситі, реклами або пропаганди. Таким чином, імідж є результатом і конкретною формою відображення об'єктів і явищ у світосприйнятті людини, що включає її відчуття, уявлення, поняття та висновки.

Підвищення уваги до феномену «імідж» у сфері державного управління обумовлено тим, що позитивний образ органів влади є важливим чинником підвищення ефективності їх діяльності. Дослідження Б. Брюса, Б. Джи та Н. Енкельмана аналізують імідж з точки зору його внутрішньої форми, відображаючи теоретичні напрацювання сучасної іміджології.

Питання впливу іміджу на ефективність діяльності організації розглядали П. Берд і Г. Даулінг, які обґрунтували, що створення іміджу та репутації є необхідною умовою виходу організації на новий рівень соціальних, культурних і політичних відносин з громадськістю.

Активні дослідження поняття «імідж» в Україні розпочались у середині 90-

х років XX століття. У працях Г. Почепцова, В. Шепеля та інших дослідників представлено різноманітні прикладні аспекти формування іміджу. Крім того, проблеми формування політичного іміджу та використання PR-технологій у виборчих кампаніях аналізували вітчизняні вчені В. Бебик, М. Головатий, А. Жмиріков, В. Корольок, В. Лісничий, Г. Почепцов, О. Феофанов.

Імідж також розглядався в контексті лідерства, зокрема, в роботах Б. Кухти, Л. Приходченко та Т. Хомуленко. Як філософська категорія імідж аналізувався І. Гофманом і Н. Корабльовою.

Соціокультурний підхід до іміджу, який вважає його образом, що формується цільовою аудиторією про певний об'єкт, з урахуванням міфологічних, символічних, соціально-рольових і стереотипних аспектів, є важливим для розуміння його впливу. В умовах ринкової економіки, де зростає потреба у послугах і спеціалістах, позитивний імідж стає необхідним для багатьох державних службовців і осіб, котрі прагнуть досягти успіху в суспільстві.

Традиційна схема комунікації, запропонована Р. Якобсоном, працює також і при формуванні іміджу. Однак при створенні соціокультурного іміджу комунікація стає складнішою, оскільки текст або повідомлення трансформуються, що змінює змістовне поле сприйняття аудиторією. М. Лотман зазначає, що в таких ситуаціях спілкування відбувається через «перехоплювачів», які трансформують повідомлення, надаючи йому аксіологічні акценти.

Соціокультурний імідж є складним і багатогранним поняттям, яке формується не лише завдяки свідомим зусиллям самого носія іміджу або його найближчого оточення, а й через вплив різних соціальних інститутів та соціально-політичних сил. Вони виконують роль «перехоплювачів»-ретрансляторів, формуючи навколо певного діяча або соціального явища семіотичну оцінну сферу, яка в свою чергу впливає на сприйняття цього явища суспільством. Тому соціокультурний імідж можна визначити як рефлексію

суспільства, що базується на сприйнятті діяльності певної особи чи групи через ціннісні, змістові та знаково-символічні концепти, які формуються в конкретному соціокультурному середовищі. Ці концепти відображають переважаючі оцінки, що панують у суспільній свідомості на певний момент часу.

Однією з основних проблем, що виникає в процесі формування соціокультурного іміджу, є проблема розуміння, оскільки комунікація завжди пов'язана з тим, як сприймаються і інтерпретуються інформаційні повідомлення. Важливим є те, що саме своєрідність розуміння формує аксіологічні денотати соціокультурного іміджу, тобто ті культурні та соціальні значення, які мають важливе значення для адресата. Зрозуміти соціокультурний імідж можна через призму інтерпретацій, які залежать від того, з яким соціокультурним контекстом пов'язаний сприймач інформації.

Соціокультурний імідж безпосередньо взаємодіє з такими поняттями, як «образ», «стереотип» і «репутація», і на основі цього можна побудувати логічну послідовність: стереотипи → образ → імідж → репутація. Стереотипи формують перше уявлення про об'єкт, яке потім трансформується в образ, а через маніпуляцію цими образами формується імідж. Імідж, у свою чергу, може вплинути на репутацію, яка є сформованою в суспільній свідомості думкою про об'єкт і результатом усіх попередніх процесів.

Соціокультурний імідж може бути як свідомо, цілеспрямовано сформованим, так і спонтанно виникаючим. У першому випадку маємо справу з особистісним або офіційним соціокультурним іміджем, над яким працюють іміджмейкери або інші соціальні інститути, наприклад, політичні структури, медіа чи організації. Офіційний імідж, як правило, активно просувається в суспільну свідомість через різні соціальні канали і може включати міфологеми, які складають неофіційну частину цього іміджу. Водночас неофіційний імідж, як правило, формується стихійно, залежно від домінуючих у суспільстві аксіологічних, ідеологічних та гносеологічних уявлень.

Термін «імідж» також містить у собі два ключових запитання:

«Чий імідж?» – що дає змогу зрозуміти, який саме об'єкт чи явище є носієм

іміджу (особа, організація, бренд і т.д.);

«Імідж – у кого?» – тобто хто саме є споживачем цього іміджу, хто його оцінює і сприймає (цільова аудиторія, громадськість).

Ці питання підкреслюють не тільки теоретичний, але й практичний аспект дослідження іміджу. Оскільки діяльність як окремих індивідів, так і організацій оцінюється споживачами їхніх послуг чи товарів, відповіді на ці запитання дають важливу інформацію для розуміння того, як формується і впливає імідж на результативність діяльності.

Формування іміджу може відбуватися як природним шляхом, на основі реальних результатів діяльності, так і через цілеспрямовану діяльність з використанням спеціальних соціо- і психотехнічних засобів, наприклад, в ході передвиборчих кампаній, реклами товарів або послуг.

Імідж організації також має різні варіанти. Якщо розглядати імідж через призму його зв'язку з об'єктом і суб'єктом сприйняття, можна виділити кілька типів іміджу:

Дзеркальний імідж – це імідж організації в очах її керівників і персоналу, який може суттєво відрізнятися від того, як її сприймає зовнішній світ.

Поточний імідж – це реальний імідж організації, що складається на основі зовнішніх оцінок.

Бажаний імідж – це той імідж, який організація прагне мати в очах громадськості.

Багатозначний імідж – сукупність різних іміджів, які існують у різних частинах організації (наприклад, між підрозділами) або в різних сегментах громадськості.

Таким чином, соціокультурний імідж є важливим елементом комунікаційної стратегії будь-якої організації чи особи, і його управління потребує ретельного аналізу та використання як теоретичних, так і практичних підходів.

Типології іміджів організації, що активно використовуються в науковій та практичній літературі, включають різноманітні класифікації, серед яких однією

з основних є розрізнення позитивного та негативного іміджу, а також ідеального та реального. Кожен із цих типів іміджів формується на основі різних характеристик організації, що відображаються в уявленнях різних соціальних груп.

Позитивний імідж включає ті риси організації, які оцінюються позитивно та асоціюються з її успіхами, прогресивністю або корисністю для суспільства. Водночас негативний імідж формується через сприйняття недоліків організації, її невдач, скандалів або неефективної діяльності. Ідеальний імідж, в свою чергу, — це образ, який організація прагне створити, часто через маркетингові та комунікаційні стратегії. Він може не відповідати дійсності, але є бажаним і найкращим у конкретній ситуації. Іноді цей термін ототожнюється з бажаним іміджем, тобто тим, як організація хоче, щоб її сприймала громадськість. Реальний імідж формуються в результаті того, як організація сприймається різними соціальними групами, і, як правило, може не збігатися з ідеальним.

Імідж організації можна розглядати як явище, яке залежить від того, в очах якої громадськості він існує. У цьому контексті розрізняють внутрішній імідж — те, як організацію сприймають її працівники та керівництво, і зовнішній імідж — сприйняття організації її партнерами, споживачами, конкурентами та іншими зовнішніми суб'єктами.

Аналізуючи вимоги до іміджу, дослідники виокремлюють кілька важливих критеріїв, яким він має відповідати. Перш за все, імідж повинен бути синтетичним, тобто в ньому мають компактно відображатися основні риси організації. Це може бути досягнуто через символи, фірмовий стиль або специфічні меседжі, що резонують з основними аспектами діяльності компанії.

Імідж також має бути правдивим, тобто відповідати реальності та відображати організацію такою, якою вона хоче бути в очах громадськості. Це не означає, що всі характеристики організації повинні бути відображені в іміджі, але важливо, щоб створений образ не суперечив дійсності. Як зазначає Д. Доті, важливо, щоб заяви організації знайшли своє підтвердження в її реальних діях: наприклад, якщо компанія позиціонує себе як інноватора в технологіях, але

її рекламні матеріали та офіс виглядають застарілими, це викликає суперечливі відчуття і може підважити ефективність іміджу.

Імідж має бути пасивним: з моменту його формування він стає потужною реальністю, що визначає поведінку самої організації. Спочатку імідж є лише відображенням корпорації, але з часом корпорація починає слідувати іміджу, що вона собі створила. Це дозволяє стверджувати, що імідж не просто є «зовнішнім» атрибутом організації, а й важливим інструментом впливу на її внутрішню культуру та стратегію.

Імідж повинен бути яскравим і конкретним. Він має чітко відображати сутність організації, бути таким, що торкається емоцій аудиторії і відповідає на її актуальні потреби. Це забезпечує більш ефективне сприйняття та запам'ятовування образу організації серед широких верств населення.

Ще однією важливою характеристикою іміджу є його спрощеність. Це не означає, що імідж має бути обмеженим чи простим у значенні, але важливо, щоб він був достатньо зрозумілим і доступним для сприйняття. Простота образу допомагає швидше захопити увагу та закріпити в пам'яті. Однак імідж не повинен бути повністю визначеним, оскільки певна недовомовленість дозволяє доповнювати й коригувати його в міру розвитку організації або зміни зовнішніх умов.

Нарешті, імідж організації має динамічний характер. Це означає, що він не може залишатися сталим: він повинен адаптуватися до змін у суспільстві, технологічних і ринкових умовах, а також до очікувань аудиторії. Враховуючи швидкий розвиток комунікаційних технологій і соціальних медіа, формування і коригування іміджу організації стало необхідністю для того, щоб задовольнити потреби сучасних споживачів та зберегти конкурентоспроможність.

Отже, імідж організації є важливим елементом стратегічного управління, що впливає на її репутацію, взаємодію з партнерами та споживачами, а також на внутрішній клімат. Підтримка та розвиток правильного іміджу є не лише вимогою часу, але й важливим фактором, що сприяє ефективному функціонуванню організації в умовах сучасного глобалізованого світу.

1.2 Необхідність формування іміджу державного службовця

Для формування позитивного іміджу державного службовця необхідно з'ясувати сутність і складові поняття «імідж» державного службовця, враховуючи його взаємозв'язок з іншими елементами, такими як імідж державного органу, імідж керівника державного органу, імідж персоналу та імідж держави в цілому. Визначення «імідж» походить від англійського слова *image* (образ, зображення) і означає штучно створений образ, який формується в суспільній або індивідуальній свідомості під впливом засобів масової комунікації, реклами чи пропаганди. Імідж має на меті формувати певне ставлення до об'єкта в масовій свідомості та може поєднувати як реальні характеристики, так і вигадані, що не відповідають дійсності. В контексті державної служби імідж державного службовця охоплює те, що ми сприймаємо, чуємо і оцінюємо, а також той вплив, який його діяльність має на наше життя і добробут.

Імідж державного службовця можна розглядати як свідомо сформований образ його особистості, який формулюється в очах різних соціальних груп. Цей образ не є випадковим, а є результатом цілеспрямованих зусиль самого службовця, який спілкується з людьми як у приватних, так і публічних обставинах. Важливим аспектом тут є сприйняття службовця його оточенням, яке багато в чому залежить від самопрезентації — способу представлення себе в очах інших. Самопрезентація включає невербальні та вербальні характеристики: зовнішній вигляд, жести, міміку, інтонацію, темп мови, одяг тощо. Самопрезентація, як і імідж, піддається коригуванню, що дозволяє змінювати сприйняття в позитивний чи негативний бік.

Імідж державного службовця тісно пов'язаний із поняттям репутації, яка визначається не тільки фактичними діями людини, але й тим, як вони сприймаються суспільством. Імідж та репутація, на відміну від соціальних стереотипів, є результатом свідомих зусиль. Стереотипи виникають стихійно і

часто є поверхневими оцінками, тоді як імідж формується через систематичну роботу над створенням бажаного образу. Тому для досягнення успіху важливо не тільки мати позитивний імідж і стабільну репутацію, але й інтегруватися в соціальні стереотипи, які вже сформовані в суспільстві.

Імідж є важливим елементом, який може підвищити ефективність діяльності державного службовця. Імідж визначається через три основні складові: зовнішній вигляд, психологічні властивості та соціальні задатки, що є відповідністю вимогам часу та суспільства. Із цими складовими, як правило, пов'язується певний рівень авторитету та довіри, необхідний для успішної кар'єри в державній службі.

Особливо важливим є імідж керівника державного органу, оскільки він виконує не тільки функції управління, але й є взірцем для підлеглих. Керівник має володіти не тільки високим рівнем професіоналізму, знань і вмінь, але й моральними якостями, що включають чесність, рішучість і водночас розважливність. Він повинен бути зразком для своїх підлеглих і демонструвати високий рівень культурної та соціальної відповідальності.

Імідж державного службовця не є ізольованим елементом, а є частиною загального іміджу держави та державних органів. Він має вплив не тільки на сприйняття його особисто, але й на довіру до органу, в якому він працює, а отже, і до всієї державної системи. Впровадження ефективного іміджу вимагає врахування не лише потреб і очікувань громадськості, а й культурних, соціальних та політичних особливостей суспільства.

Імідж може формуватись через різні канали: засоби масової інформації, рекламу, заяви офіційних осіб, а також через діяльність державних органів, які повинні демонструвати свою відкритість, ефективність і відповідальність перед громадянами. Ключовими аспектами є не тільки професіоналізм і компетентність службовця, але й здатність створити довіру та взаєморозуміння з різними соціальними групами.

Процес формування іміджу державного службовця потребує стратегічного підходу, а також гнучкості, оскільки комунікаційні канали та соціальні настрої

можуть змінюватися залежно від ситуації. Для створення позитивного іміджу важливо постійно моніторити суспільну свідомість, враховувати надії, прагнення та цінності, що існують на рівні масового сприйняття.

Особливу увагу слід приділяти тому, що імідж має бути спрямований не лише на подолання недовіри до державних органів і влади, а й на зниження рівня відчуження суспільства від держави. Формування позитивного іміджу є важливим кроком до відновлення або зміцнення довіри громадян до державних інститутів.

Таким чином, для успішного формування іміджу державного службовця необхідно чітко визначити позитивні і негативні комунікативні якості, що базуються на системі цінностей, а також використовувати засоби впливу для цілеспрямованого створення бажаного образу. Це дозволить значно підвищити ефективність роботи державних службовців, а також зміцнити довіру громадськості до органів державної влади.

Таблиця 1.1 – Якісні характеристики державного службовця

Позитивні комунікативні якості	Негативні комунікативні якості
Порядність	Замкнутість
Справедливість	Злість
Обов'язковість	Підозрілість
Повага до людей	Дратівливість
Гнучкість у стосунках	Невитриманість
Вимогливість до підлеглих	Лицемірство
Довіра до колег	Черствість
Комунікативна врівноваженість	Комунікативна неуврівноваженість
Впевненість у собі	Зарозумілість
Тактовність	Емоційна глухота
Доброзичливість	Грубість
Товариськість	Жорстокість
Відсутність дріб'язковості	Прискіпливість
Врахування індивідуальних особливостей підлеглих	Неврахування індивідуальних особливостей підлеглих
Самокритичність	Несамокритичність
Толерантність	Нелюдяність
Вимогливість до себе та до підлеглих	Невимогливість до себе та до підлеглих

Система цінностей, що формує світогляд індивідів, безпосередньо впливає на соціальний прогрес, однак одночасно може ставати й чинником, який перешкоджає реформам. В умовах сучасного суспільства роль культурного чинника в управлінні соціальними процесами набуває значної актуальності. Це зумовлено кількома факторами: по-перше, зростає важливість духовно-культурних регуляторів у суспільному житті; по-друге, ці регулятори стають основними системоутворюючими елементами, що проникають у всі сфери соціальної діяльності; по-третє, інтелектуальна власність, яка включає в себе і управлінський ресурс, стає дедалі важливішою у глобальному економічному контексті. У розвинених країнах її частка досягає 50%, що підвищує вимоги до раціонального використання цього ресурсу.

Сьогодні в Україні, на фоні політичних змін та зростання соціальних конфліктів, виникають умови для формування нової системи цінностей, зокрема, в аспекті взаємодії громадян з державними інститутами. Відсутність довіри до влади, історично зумовлена низька прихильність до політичних інститутів, а також наростання соціальних проблем, стають бар'єром на шляху до суспільної консолідації. Важливим завданням для сучасної адміністративної реформи є встановлення довіри між владою і громадянами, а також удосконалення іміджу державних службовців.

Формування позитивного іміджу державних службовців має важливе значення для підвищення ефективності державного управління. Це вимагає створення належної організаційно-правової бази, здійснення моніторингу кадрової ситуації, а також науково-методичної і матеріально-технічної підтримки діяльності державних службовців. Підвищення кваліфікації, етичні стандарти та взаємодія з громадськістю сприяють формуванню довіри до влади. У свою чергу, це вимагає комплексного підходу до створення іміджу, орієнтуючись на потреби суспільства, зокрема, підвищення політичної культури та професійної компетентності.

Таким чином, імідж державного службовця є важливим елементом

управлінської діяльності, що визначає ефективність взаємодії з громадянами та впливає на загальну стабільність суспільства. Для досягнення позитивного результату необхідно враховувати як суб'єктивні, так і об'єктивні фактори, що формують цей образ.

Вільний вибір етичних норм державними службовцями надає іміджу глибокий принциповий сенс, оскільки він відображає духовну гідність особистості, її свідоме ставлення до моральних вимог та здатність забезпечити їх ефективність як життєвих мотивів у професійній діяльності. Приймаючи етичний кодекс, державні службовці не лише демонструють свою готовність дотримуватись високих моральних стандартів, а й заявляють про прагнення до розширення правових норм, що впливають на управлінську практику. Це свідчить про моральну зрілість державного апарату та бажання служити інтересам держави, сприяючи демократичному розвитку суспільства.

З одного боку, етичний кодекс дозволяє державним службовцям формувати об'єднання для задоволення та захисту своїх професійних інтересів, таких як самореалізація та самовдосконалення. З іншого – цей документ надає їхній професійній діяльності глибокий сенс служіння громадянам, пошук вищих ідеалів та цінностей, що є основою демократичного управління. Такий підхід є не лише самообмеженням, а й вираженням готовності служити загальному благу, що є суттю демократичної служби в державному управлінні.

Прийняття етичного кодексу державними службовцями можна розглядати як акт моральної свободи, який сприяє формуванню управлінської етики та підвищенню рівня моральних стандартів у державному управлінні. Широке обговорення та урочисте прийняття цього документа в колективах служить важливим інструментом для формування високого рівня професійної етики та взаємної довіри серед громадян.

Імідж державного службовця, як його загальне сприйняття суспільством, є важливим чинником не лише у формуванні авторитету окремої особистості, а й в іміджі організації, яку ця особа представляє. Важливими складовими цього іміджу є моральні якості службовця – чесність, справедливість, порядність, а

також його фізичний стан, здатність працювати в екстремальних умовах, комунікабельність і здатність ефективно взаємодіяти з громадянами. Ключові професійні якості, такі як інтелектуальність, компетентність і організаторські здібності, також істотно формують цей образ.

Особистісний імідж державного службовця визначається його здатністю ефективно реалізовувати завдання та інтереси державної установи, професіоналізмом, етичною культурою, здатністю підтримувати ділові контакти та налагоджувати міжособистісні взаємини. Це дозволяє створювати довіру до інститутів державної влади та сприяє формуванню позитивних громадських настроїв щодо державної служби загалом.

Імідж державного службовця є комплексним і включає в себе як внутрішні, так і зовнішні складові. Зовнішні елементи, такі як вигляд службовця, його манери, здатність спілкуватися, можуть справляти сильне враження на громадськість, однак справжній імідж формується через узгодженість внутрішніх і зовнішніх рис, що проявляються в повсякденній діяльності службовця. Справжня ефективність іміджу залежить від того, наскільки органічно він поєднується з внутрішніми моральними переконаннями і здатністю служити державним інтересам.

Не менш важливою є роль персоніфікації органів державної влади. Оскільки громадське сприйняття державних інститутів часто формується через образи, пов'язані з конкретними посадовими особами, імідж державних посад має безпосередній вплив на оцінку ефективності влади. У цьому контексті взаємодентифікація представників влади з громадянами, їх уміння відчувати, розуміти та спілкуватися з людьми, стають вирішальними у формуванні довіри до органів державної влади.

Імідж державної служби здійснює важливі комунікативні функції, серед яких полегшення сприйняття інформації про органи влади, підвищення рівня довіри до конкретних службовців та формування загальних позитивних установок щодо державного управління. Важливою складовою успішного іміджевого підходу є структура іміджу органу державного управління, яка

включає різноманітні компоненти, такі як діловий імідж організації, імідж працівників, внутрішній і зовнішній імідж, а також соціальний імідж, який включає громадське сприйняття соціальних цілей і ролі організації в суспільному житті.

Таким чином, імідж державного службовця та органів влади є важливим елементом соціального управління, що не лише впливає на сприйняття державних інститутів громадянами, а й безпосередньо визначає ефективність державного управління в умовах демократичного суспільства.

Формування іміджу державної установи та, відповідно, влади загалом можна розглядати через призму двох паралельних процесів: стихійного виникнення образу влади в суспільній свідомості та цілеспрямованого формування цього образу з урахуванням потреб і запитів суспільства. У разі відсутності систематичної роботи над створенням позитивного іміджу, образ, що формується в уяві громадян, може не відповідати реальному стану справ і містити відхилення, що негативно впливатиме на ставлення населення до влади. Це, в свою чергу, може поглибити існуючі соціальні протиріччя та викликати недовіру до державних структур.

Враховуючи зазначене, доцільно виокремити ключові показники, що сприяють формуванню громадського ставлення до державних установ. Згідно з думкою Ю. Падафета, до таких показників можна віднести:

Ефективність діяльності державної організації: важливим є не лише успіх функціонування самої установи, а й ефективність її структурних одиниць, що безпосередньо впливає на результативність її роботи.

Впорядкованість, згуртованість і монолітність організації: внутрішня структура та організація роботи державного органу повинна бути стійкою та чіткою, що дозволяє запобігти хаосу та сприяє гармонійній взаємодії між підрозділами.

Рівень культури та етичні норми: висока культура в державному управлінні, зокрема дотримання етичних стандартів, сприяє формуванню позитивного іміджу органів влади.

Ставлення співробітників до своєї установи та її керівників: внутрішня лояльність та відданість працівників установи своєму колективу та керівництву безпосередньо впливає на її зовнішній імідж.

Стиль взаємодії з макро- та мікросередовищем: взаємодія органів державної влади з громадськістю, бізнесом, іншими державними структурами та міжнародними партнерами повинна бути професійною, відкритою та взаємовигідною.

Врахування потреб населення, менталітету громадян та історичних особливостей місцевості: успішне врахування соціокультурних особливостей та потреб різних верств населення сприяє створенню іміджу органів влади, що є близьким до реальних потреб суспільства.

Таким чином, одним із ключових факторів формування іміджу органу влади є загальний рівень професіоналізму працівників цієї організації. Професійна компетентність, відповідальність за прийняті рішення та ефективність їх реалізації безпосередньо впливають на якість наданих послуг населенню. Це, у свою чергу, підвищує рівень довіри до державних органів влади, оскільки громадяни здатні оцінити не тільки правомірність, а й оперативність та якість їхньої діяльності. Високий професіоналізм державних службовців дозволяє не лише ефективно вирішувати нагальні питання громадян, але й активно реагувати на соціальні зміни та виклики, що, безумовно, підвищує авторитет державних інститутів серед населення.

1.3 Імідж та репутація у сфері публічного управління

Вивчення взаємозв'язку між поняттями «імідж» та «репутація» є важливою та актуальною проблемою як для теорії публічного управління, так і для практики державного управління. Нечітке або довільне застосування цих термінів призводить до плутанини у їхніх сутнісних характеристиках, що

створює труднощі у формуванні ефективних репутаційних стратегій, спрямованих на забезпечення позитивного ставлення громадськості до органів державної влади. Це може позначитися на рівні довіри до державних інституцій і, в кінцевому рахунку, на ефективності їх діяльності.

Іще у 1987 році дослідники І. Рейн, Ф. Котлер і М. Столлер зауважили, що політика є сферою, де «формування та зміна іміджу дійсно домінують» [95, с. 90], оскільки громадяни часто обирають політиків або організації на основі їхнього зовнішнього вигляду чи привабливості, а не на основі глибоких аналізів. Це ж стосується і сфери державного управління, де досягнення громадської згоди, особливо з питань, що стосуються реформ чи стратегічних ініціатив, є набагато складнішим і тривалішим процесом, ніж позитивне висвітлення органу державної влади у ЗМІ. Таким чином, роль іміджу у політичній і управлінській практиці є надзвичайно важливою для забезпечення ефективності комунікації між державними органами та громадянами.

На сьогодні основні дослідження, присвячені поняттям «імідж» і «репутація», проводяться на перетині соціальної психології, політичного маркетингу, комунікаційних наук та теорії публічного управління. Більшість таких досліджень націлені на практичні завдання — створення, покращення чи коригування іміджу організацій і осіб. В умовах динамічного розвитку комунікаційних технологій формування іміджу стає більш швидким процесом порівняно з повільнішим формуванням репутації. «У політичній діяльності буває так, що за одну ніч, наприклад після теледебатів, думка про кандидата може змінитися на протилежну» [91, с. 221]. Це свідчить про те, що імідж може бути предметом маніпуляцій і швидких змін, на відміну від репутації, яка формується поступово і є більш стабільною.

Водночас кризи в політичних і інституційних сферах, а також криза довіри до державних органів, змусили вчених і практиків ставити під сумнів рівність цих понять. Імідж і репутація не є тотожними; їхні сутнісні характеристики відрізняються. Формування репутації передбачає систематичні, тривалі й спрямовані зусилля, які охоплюють не лише окремі події, але й цілісну діяльність

організації або особи. Імідж, у свою чергу, можна розглядати як зовнішнє уявлення про організацію, яке часто формується завдяки маніпуляціям і різноманітним комунікаційним інструментам (зокрема паблісити, рекламі та пропаганді).

Один з визначальних підходів до розрізнення цих понять полягає в тому, що імідж відображає те, як організація або особа хоче, щоб її сприймали зовні, тоді як репутація являє собою колективне уявлення всіх стейкхолдерів — як зовнішніх, так і внутрішніх, і є результатом тривалої діяльності, що включає елементи іміджу та ідентичності [81]. Ідентичність, в свою чергу, є внутрішнім уявленням організації про себе, її місію та цінності, тоді як імідж формується на основі зовнішніх взаємодій і комунікацій.

Імідж, зокрема в політичному маркетингу, є одним із основних інструментів «просування» кандидата на політичному ринку, що дозволяє підвищити його привабливість серед потенційних виборців. У цьому контексті важливою є роль маркетингових елементів у практиці публічного управління, оскільки сучасне державне управління також вимагає впровадження елементів маркетингу для задоволення потреб громадян і забезпечення їхньої підтримки. Як зазначає Є. Ромат, «маркетинг державного управління» є галуззю некомерційного маркетингу, спрямованою на взаємодію між державними органами і громадянами для задоволення їхніх потреб і підтримки ефективності управлінської діяльності [12, с. 260].

Таким чином, взаємозв'язок між іміджем і репутацією органів державної влади є складним і багатогранним. Якщо імідж — це результат цілеспрямованих комунікаційних зусиль, то репутація є результатом стабільної та чесної діяльності органу влади впродовж тривалого часу. Врахування цих різниць є важливим для розробки ефективних стратегій публічного управління, спрямованих на забезпечення довіри і підтримки з боку громадян.

У наукових дослідженнях останніх років підкреслюється важливість розрізнення між поняттями «імідж» та «репутація», особливо в контексті державного управління. Г. Почепцов, зокрема, виокремлює специфічний тип

персонального іміджу, який він називає «імідж-репутацією». Відповідно до цієї концепції, клієнт (або громадянин) формує уявлення про об'єкт довіри під впливом рекламних і інформаційних технологій [13, с. 15]. Це підкреслює роль рекламних стратегій та пабліситі у формуванні не лише іміджу, але й репутації організацій або політичних інститутів.

У сфері державного управління важливими є поняття «імідж органів державної влади» та «імідж державної служби», які розглядаються як конструкції, що формується в суспільній свідомості через мас-медіа, рекламні кампанії та інші комунікаційні стратегії. Визначаючи імідж як «зовнішнє уявлення про об'єкт чи явище», науковці зазначають, що цей образ активно створюється та підтримується за допомогою пабліситі, реклами, пропаганди та інших методів впливу на масову свідомість.

С. Колосок наголошує на символічно-знаковій функції іміджу органів державної влади, який суттєво впливає на ставлення громадян до управлінських структур та рівень довіри до них. Він вважає, що образ влади складається із соціально-психологічних феноменів авторитету та репутації, які, в свою чергу, є відображенням ціннісних орієнтирів суспільства [15, с. 84]. Водночас його твердження про комплексність іміджу, який включає репутацію та авторитет як невід'ємні складові, є дискусійним. Насправді, імідж і репутація, хоча і тісно пов'язані, є різними категоріями з окремими функціями та метою.

Імідж і репутація мають різну мету та функціональне призначення в контексті державного управління. Імідж зосереджений на зовнішньому впливі та здатний швидко створювати бажаний образ у свідомості громадян (споживачів послуг), орієнтуючись на управління враженнями та публічні стратегії. Репутація ж є результатом довготривалого процесу, що відображає загальне ставлення до організації чи органу влади з боку різних стейкхолдерів: громадян, працівників, партнерів, громадських інститутів. Формування репутації базується на реальних досягненнях та відповідності організації своїм обіцянкам, що значно складніше та потребує системної роботи.

Цей розподіл між іміджем і репутацією також підтверджується критикою

тверджень І. Сімеоніді, який акцентує увагу на таких факторах, як діяльність ЗМІ, кадрова політика та організаційна культура, вважаючи їх основними чинниками формування іміджу державної служби [17, с. 145]. Однак важливо зазначити, що діяльність ЗМІ лише відображає і реагує на дії органів державної влади, але не є прямою функцією їх іміджевого формування. В той час як кадрова політика та організаційна культура дійсно є частинами комплексної стратегії репутаційного менеджменту.

Репутація, на відміну від іміджу, не може бути створена миттєво. Вона формується протягом тривалого часу, на основі реальних вчинків і результатів діяльності організації. Імідж, у свою чергу, є лише тимчасовим «враженням», яке може змінюватися швидше, але це не завжди відповідає дійсному стану справ. Однак, існують ситуації, коли сформований імідж органу державної влади не збігається з його реальними характеристиками, що призводить до виникнення розриву між очікуваннями громадян і фактичними діями органів влади. Цей розрив можна подолати лише шляхом системного управління репутацією та забезпеченням відповідності реальних дій органів влади їхнім публічним заявам.

Ключовим аспектом для аналізу цих процесів є роль стереотипів, які суттєво впливають на формування як іміджу, так і репутації. І. Пантелейчук зауважує, що імідж органів державної влади, як цілісний і чітко визначений образ державних службовців, формується в результаті сприйняття та фільтрації інформації, що надходить із зовнішнього середовища через призму існуючих суспільних стереотипів [19].

Це вказує на те, що процес формування іміджу не є повністю контролюваним і може бути значною мірою залежним від зовнішніх факторів та упереджень, які закріплюються у масовій свідомості.

Імідж і репутація є взаємопов'язаними, але різними поняттями в контексті державного управління. Імідж здебільшого є результатом управління враженнями, орієнтуючись на зовнішнє сприйняття, тоді як репутація відображає реальний досвід і довіру з боку стейкхолдерів, що формується за

допомогою стабільних і відповідальних дій органів влади. Успішне управління обома категоріями є необхідним для забезпечення стабільності та ефективності публічного управління та підвищення рівня довіри громадян до державних інститутів.

Таким чином, імідж тлумачиться досить широко і співвідноситься з такими категоріями, як «натура», «манера», «маска», «авторитет», «престиж», «статус» тощо. Проте категорія репутації в контексті вивчення іміджу у багатьох працях не згадується.

Разом з тим Д.Веттен і Е.Меккі [23] переконані, що у феномені репутації також закладені певні очікування, що зображено на рис. 1.1.

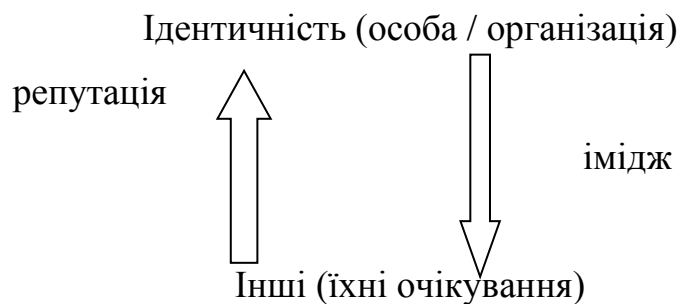


Рисунок 1.1 – Взаємозв’язок між іміджем, репутацією та ідентичністю [66]

У процесі дослідження розглянуто (табл. 1.2.) основні характеристики стереотипу, іміджу та репутації.

Згідно з теорією Веттена-Меккі, ідентичність, імідж і репутація є складовими частинами симетричної комунікації, що забезпечує взаємодію між організацією (або індивідом) та її релевантними стейкхолдерами. У рамках самоменеджменту організації, імідж визначається як процес передачі узгоджених (конгруентних) повідомлень від представників організації до зовнішнього світу. Таким чином, імідж можна розглядати як бажаний образ організації, що формується її елітою і має на меті встановлення конкретного сприйняття з боку суспільства.

Таблиця 1.2 – Порівняльна характеристика іміджу, репутації і стереотипу

Стереотип	Імідж	Репутація
Узагальнює схожі явища	Виокремлює конкретне явище, створює враження відмінності від інших	Стосується конкретного об'єкта, є його оцінкою
Постійна «формула, яка закріплює традиції і звички»	Рухомий – оперативно змінюється, коригується залежно від зміни ситуації	Рухома – змінюється внаслідок зміни несвідомих або цілеспрямованих дій, поведінки об'єкта або досвіду контактування з об'єктом
Сприймається готовим, не пов'язаний з особистим досвідом	“Напівфабрикат», що задає певний напрям для домислювання, спрямований на майбутній контакт з об'єктом	Чітко пов'язана з минулим досвідом контактування з об'єктом
Конкретний і «придушує» уяву	Завжди є «недомовленим» і заохочує роботу уяви	Конкретна, може бути як забарвлена позитивно/негативно, так і нейтральною
Дуже тривалий у часі (до десятиліть і більше)	Не обов'язково змінювати зі зміною репутації	Може погіршитись зі зміною іміджу
Стосується окремих сегментів аудиторії	Прийнятний лише у певному сегменті серед певної аудиторії	Позитивна репутація визнається усіма стейкхолдерами, незалежно від сегмента

Натомість репутація організації є результатом зворотного зв'язку, що надходить від стейкхолдерів і відображає здатність організації відповідати на їхні раціональні очікування. Важливими характеристиками репутації є перспективність, досягнуті результати, відповідність очікуванням та передбачуваність поведінки організації. Таким чином, репутація є відображенням того, як організація виконувала свої обіцянки та досягала поставлених цілей у довгостроковій перспективі, в той час як імідж пов'язаний із зовнішнім враженням і короткотерміновим сприйняттям.

Імідж та репутація можуть належати різним носіям: окремим особам, організаціям, інституціям (наприклад, церква, армія), а також подіям, які здатні впливати на суспільну свідомість через їхнє висвітлення в мас-медіа або через наративи колективної свідомості, що утворюють певні міфи або символи епохи

[84]. За цією логікою, імідж та репутація тісно взаємопов'язані з культурними та соціальними контекстами, що є важливим аспектом в аналізі їхнього формування та впливу.

Ф. Шарков класифікує об'єкти іміджмейкінгу на три основні групи:

- об'єкти, імідж яких визначає їхній рейтинг – ці організації або особи мають на меті впливати на громадську думку та суспільні настрої. Це можуть бути політичні партії, громадські рухи або окремі особи, чий успіх значною мірою залежить від сприйняття їхнього іміджу. Вони активно формують свій образ, щоб привернути увагу та підтримку;

- об'єкти, імідж яких тісно пов'язаний з якістю їхніх послуг – сюди належать великі організації, де на репутацію значною мірою впливає не лише імідж, але й реальні досягнення та якість наданих послуг. У випадку таких організацій важливий баланс між іміджем та ефективністю їхньої діяльності, оскільки від цього залежить не лише імідж, але й реальний вплив на громадськість;

- об'єкти, для яких імідж не є критичним чинником успішності – це, як правило, дрібні торгівельні організації, де споживачі взаємодіють з ними безпосередньо та часто, тому імідж відіграє меншу роль, ніж реальна якість обслуговування. Водночас навіть у таких організаціях імідж може мати значення для залучення нових клієнтів або підтримки лояльності існуючих.

У контексті державного управління, як зазначається, до таких об'єктів можна віднести органи місцевого самоврядування та органи державної виконавчої влади. Ці організації безпосередньо взаємодіють з громадянами, надаючи адміністративні послуги, що визначено, зокрема, Типовим положенням про центральні органи виконавчої влади України. Імідж цих органів може бути різним для різних груп громадськості, оскільки їхня діяльність може викликати різні реакції залежно від особистих чи колективних інтересів конкретних груп. Таким чином, кожен орган державної влади має кілька різних іміджів, які разом утворюють його репутацію.

Складові іміджу організації можуть бути різними для різних індивідів або

груп індивідів, і їхній пріоритет змінюється в залежності від конкретних обставин. Наприклад, для одних груп громадськості важливіше ставлення до організації, а для інших – її ефективність та реальні результати. Тому складові іміджу можна ранжувати за ступенем важливості, залежно від того, яке значення вони мають для конкретної аудиторії.

Натомість репутаційні цінності є рівнозначними для різних стейкхолдерів. Це підтверджується дослідженнями Інституту репутації RepTrak, згідно з якими репутація організації базується на кількох рівнозначних елементах, серед яких – прозорість, ефективність, етика, соціальна відповідальність та інші критерії, що визначають загальне сприйняття організації як надійного та відповідального партнера [26].

Таким чином, формування іміджу та репутації є взаємопов'язаними, але самостійними процесами, які залежно від контексту можуть вимагати різних підходів і стратегій для їхнього успішного управління. Імідж організації може бути швидко сформований і змінений, тоді як репутація є результатом довгострокової діяльності та відображає реальні досягнення та ефективність.

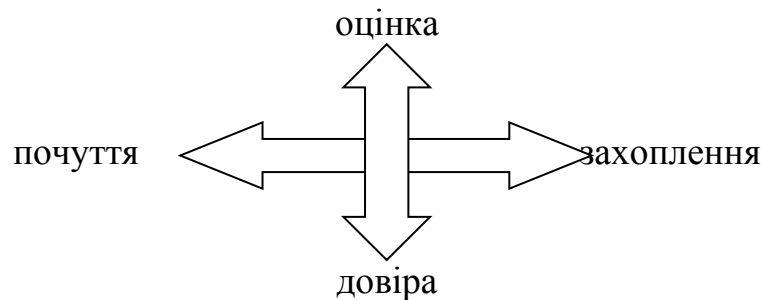


Рисунок 1.2 – Цінності репутації

Якщо у змісті іміджу можна виокремити такі складові:

- 1) реальні якості і риси;
- 2) уявні якості і риси, які відповідають очікуванням конкретних соціальних груп (осіб);
- 3) елементи ідеальної картини змін, майбутнього досвіду тощо [66], то

репутація є прямим результатом всієї діяльності організації, включно з добросовісністю, повагою до суспільних інтересів, порядністю у справах, які відрізняють її від конкурентів.

Отже, репутація органу державної влади пов'язана з процесом динамічної взаємодії між його діяльністю та інтерпретацією цієї діяльності стейкхолдерами.

Тому рівні іміджу і репутації можна зобразити на рис. 1.3.

Обіцяний досвід Емоційні цінності Функціональні цінності Відомий досвід	Обіцяний досвід Емоційні цінності Функціональні цінності
репутація	імідж

Рис. 1.3 – Рівні іміджу та репутації [66]

Категорія іміджу є важливою складовою у формуванні репутації, оскільки вона визначає первинне сприйняття організації або особи. Імідж можна розглядати як «емоційне враження», яке виникає у сприймаючого суб'єкта від певного об'єкта чи суб'єкта. Це образ «Я для інших», властивий соціальним суб'єктам і об'єктам у комунікації, при цьому імідж виступає своєрідним «дволиким Янусом»: одне обличчя він має для того, хто сприймає, а інше - для комунікатора [23, с. 94]. Такий підхід підкреслює суб'єктивність сприйняття іміджу та його залежність від контексту взаємодії.

У сфері державного управління, імідж влади формується не лише через сприйняття окремих державних осіб, але й через оцінку роботи інституцій та органів влади в цілому.

Як зазначає В. Серьогін, для забезпечення позитивного сприйняття влади серед населення важливо створювати атмосферу партнерства між владою та громадськістю. Це включає підкріплення позитивними образами всього масиву державних службовців, що, у свою чергу, сприяє підвищенню рівня довіри до влади і забезпечує її ефективне функціонування [29].

Репутація органів державної влади та окремих державних службовців є результатом поєднання двох компонентів:

1) іміджевої складової, яка залежить від очікувань стейкхолдерів щодо діяльності органів державної влади;

2) репутаційної складової, що базується на реальному досвіді виконання функцій органами влади. Репутація формується в результаті того, як органи державної влади виконують свої обов'язки на практиці, а імідж – від того, як це сприймається громадськістю.

Е. Афонін та О. Донченко, аналізуючи взаємовідносини між владою та народом, підкреслюють, що ці взаємозв'язки базуються на соціальній довірі, повазі до професіоналізму політиків і бажанні співпрацювати з ними, щоб сприяти розвитку суспільства. Створення соціального миру та стабільності між владою та населенням потребує забезпечення позитивного іміджу влади через дієві комунікації та надання реальних результатів [30, с. 32].

Отже, можна сформулювати кілька основних висновків:

Імідж – це зовнішнє, суб'єктивне сприйняття об'єкта (особи, організації або інституції), що формується в свідомості громадськості. Натомість репутація є колективним уявленням про об'єкт, що складається з оцінок різних стейкхолдерів і включає як імідж, так і ідентичність (внутрішнє уявлення про організацію).

Імідж формується переважно на основі стереотипів і очікувань суспільства, тоді як репутація є результатом оцінки реального досвіду та минулої діяльності організації чи особи.

Як іміджмейкінг, так і репутаційний менеджмент у державному управлінні можуть бути застосовані до осіб, організацій та інституцій. Важливою є також роль іміджу в описанні репутації державних службовців, оскільки він визначає емоційне враження від них, тоді як репутація базується на тривалій взаємодії з громадськістю.

Складові іміджу включають:

а) обіцяний досвід,

- б) емоційні цінності,
- в) функціональні цінності.

Водночас, репутація складається з:

- а) відомого досвіду,
- б) емоційних цінностей,
- в) функціональних цінностей,
- г) обіцяного досвіду.

Таким чином, імідж державного службовця можна розглядати як одномоментне враження, яке виникає внаслідок ефективно вибудованих комунікаційних стратегій, що виходять від організації. У той час як репутація формується через спостереження за діяльністю органів державної влади протягом тривалого часу, ґрунтуючись на доказових аргументах і оцінках експертів, що дають можливість здійснити об'єктивну оцінку результатів їх роботи.

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВНОГО СЛУЖБОВЦЯ

2.1 Правові засади формування іміджу державного службовця

Проблеми етики та моралі в державному управлінні України набувають особливої актуальності в умовах сучасних трансформацій суспільства та державного апарату. Це зумовлено суттєвими змінами, що відбулися з часів командно-адміністративної системи влади, коли образ державного службовця був переважно орієнтований на беззаперечне виконання наказів, формальне ставлення до громадян і відсутність ініціативи щодо аналізу та вдосконалення процесів. У сьогоденні ж, реалії державного управління вимагають кардинальних змін у професійному поведінковому та етичному кодексах службовців. Сучасний державний службовець має працювати не лише на виконання службових обов'язків, а й на задоволення потреб громадян, виходячи з таких ключових принципів, як компетентність, тактовність у спілкуванні, повага до закону і особистості громадян.

Зараз державний службовець є не представником власних інтересів, а інтересів держави та її громадян, що передбачає зміну парадигми управлінської діяльності. У такому контексті основними засобами регулювання поведінки державних службовців є право і мораль, які мають сприяти досягненню загальних цілей державного управління. Однак у сучасному українському суспільстві втрата поваги до статусу державного службовця, а також низький рівень довіри до органів влади стали результатом того, що влада часто використовується для задоволення особистих інтересів службовців, а не для розв'язання проблем громадян. Тому формування позитивного іміджу державного службовця стає одним із найбільш важливих завдань для державної

влади.

Як зазначає український дослідник С. Серьогін, імідж державного службовця не можна розглядати окремо від іміджу державної влади в цілому. Імідж державної влади є результатом взаємодії громадської думки, медіа, культури та політики, де важливу роль відіграють як індивідуальні образи державних осіб, так і оцінки діяльності державних інститутів. Формування іміджу державної влади інтегрується через різноманітні канали комунікації, включаючи ЗМІ та PR-технології, що сприяють формуванню комплексного образу владних структур у громадській свідомості [15, с. 29].

Згідно з українським законодавством, основи формування іміджу державного службовця регулюються Законом України «Про державну службу». У цьому документі визначено, що державний службовець поважає громадян, дотримується високих стандартів культури спілкування та виконує свої обов'язки сумлінно. Закон забороняє дії, які можуть негативно вплинути на репутацію державної служби або зашкодити її інтересам. Крім того, концепція іміджевої моделі взаємовідносин державного службовця з громадськістю закріплена в Загальних правилах поведінки, які сприяють довірі громадян до державної служби та гарантують реалізацію прав людини та громадянина [44].

Важливим аспектом етики державного службовця є принцип аполітичності. Державні службовці повинні утримуватися від демонстрації власних політичних переконань і ставлення до політичних сил, оскільки це може впливати на їх об'єктивність у виконанні службових обов'язків. Згідно з чинним законодавством, професіоналізм є одним із основних принципів, на якому ґрунтується імідж державного службовця та органу, до якого він належить. Принцип професіоналізму визначено в ряді законів та нормативних актів України, зокрема, у постановах Кабінету Міністрів, що регулюють питання підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації державних службовців.

Проте на сьогодні в Україні не існує єдиного нормативно-правового акта, спрямованого виключно на формування позитивного іміджу державних службовців, що є значною прогалиною в системі державного управління.

Система державної служби потребує комплексного підходу до вирішення таких проблем, як нормативне врегулювання професійної етики та створення позитивного іміджу державних службовців. Важливою є не лише розробка морально-етичних принципів поведінки, але й забезпечення механізмів контролю за їх дотриманням. Законодавче закріплення цих механізмів, яке передбачає залучення як держави, так і громадських організацій, має значний соціальний ефект та є важливим етапом розвитку сучасного суспільства.

Як показує практика країн Європейського Союзу, етика державних службовців формується в рамках етичної інфраструктури, спрямованої на гармонізацію службової етики та боротьбу з корупцією. Відповідно до Страсбурзької рекомендації Комітету Міністрів Ради Європи (2000 р.), було розроблено модель Кодексу поведінки державних службовців, яка стала основою для створення національних кодексів у європейських країнах. Це дозволило не лише прийняти відповідні нормативно-правові акти, а й створити спеціалізовані інституції з етики, що займаються впровадженням етичної освіти та контролю.

З метою адаптації інституту державної служби України до європейських стандартів, Президентом України було затверджено Указ «Про Концепцію адаптації інституту державної служби в Україні до стандартів Європейського Союзу», який акцентує увагу на необхідності вдосконалення нормативного регулювання професійної етики державних службовців. Це також передбачає вдосконалення процедур притягнення до відповідальності за порушення етичних норм [2].

Для реалізації цих завдань було створено Національне агентство з питань запобігання корупції, яке, згідно зі ст. 11 Закону України «Про запобігання корупції», здійснює моніторинг і контроль за виконанням законодавства щодо етики поведінки державних службовців та вирішення конфліктів інтересів [3].

Державний службовець, як особа, наділена владними повноваженнями для виконання функцій держави, не лише володіє певними правами, що надані йому законодавством, але й зобов'язаний виконувати відповідні обов'язки. Ці обов'язки детально визначені в статті 8 Закону України «Про державну службу»

[65], що містить низку вимог до поведінки і діяльності державного службовця, серед яких особливу увагу приділено принципам законності, етики та професіоналізму. Серед основних обов'язків державного службовця, які визначає законодавство, можна виділити такі:

1. Дотримання Конституції та законів України, діяти виключно в межах своїх повноважень.
2. Поважати принципи державної служби та етичні норми поведінки.
3. Дотримуватися прав і свобод людини, забезпечувати їх реалізацію.
4. Використовувати державну мову та протидіяти її дискримінації.
5. Забезпечувати ефективне виконання завдань державних органів.
6. Постійно підвищувати свою професійну кваліфікацію.
7. Суворо виконувати законні рішення та накази органів державної влади.
8. Протидіяти корупційним проявам та конфлікту інтересів.

Однак, попри визначення чітких обов'язків, в Україні часто спостерігається деяке ігнорування цих принципів, що впливає на громадське сприйняття державних службовців. Важливо зазначити, що законодавець особливо акцентує увагу на принципі законності та етичної поведінки, підкреслюючи, що дотримання цих обов'язків сприяє формуванню позитивного іміджу державного службовця.

Проте сьогодні в Україні, на жаль, державні службовці асоціюються з бюрократією, корупцією та неефективністю. Це відображає кризовий стан вітчизняної державної служби, серед основних характеристик якого – недостатній рівень професіоналізму, відсутність моральних орієнтирів, поширення аморальних явищ (корупція, хабарництво, кумівство), а також байдужість до реальних проблем громадян і суспільства в цілому. Така ситуація має значний негативний вплив на конкурентоспроможність держави, загальний рівень життя та добробут населення. Тому боротьба з корупцією та розвиток позитивного іміджу державної служби стають пріоритетними напрямками як для державних інституцій, так і для громадських організацій.

Важливим інструментом для досягнення цих цілей є законодавство, яке,

зокрема, включає низку нових нормативних актів, спрямованих на боротьбу з корупцією та зміцнення позитивного іміджу державного службовця [4; 5; 6]. Проте варто зауважити, що прийняття нових законів не завжди супроводжується реальними змінами на практиці. Часто недостатнє фінансування або відсутність належних ресурсів ускладнюють ефективне втілення цих реформ. Більше того, скасування старих нормативних актів, таких як Закон України «Про правила етичної поведінки», веде до втрати важливих етичних норм, які раніше були закріплені в законодавстві, зокрема щодо формування довіри до влади та толерантності до політичних, ідеологічних та релігійних поглядів.

Скасування таких норм, зокрема вимоги щодо толерантності до різних політичних та релігійних переконань, може бути сприйнято як сигнал про зменшення значення чесності та поваги до різноманіття поглядів у діяльності державних службовців. Відсутність чіткої потреби у формуванні репутації державного службовця як неупередженого та чесного професіонала лише погіршує суспільне ставлення до державної служби, що, в свою чергу, позначається на загальному іміджі держави.

Зниження довіри до державних органів та державних службовців має прямий вплив на ефективність управлінської діяльності. Імідж державного службовця стає важливим індикатором якості управлінських процесів і рівня довіри з боку громадян. Позитивний імідж є основою для стабільності державних інститутів та ефективного задоволення суспільних потреб. У свою чергу, негативний імідж призводить до низької підтримки державних органів і програми реформ, що ускладнює процеси модернізації і розвитку.

Для формування позитивного іміджу державного службовця важливу роль відіграють засоби масової інформації, включаючи телевізійні канали, радіо та пресу, а також сучасні комунікаційні технології, такі як Інтернет та соціальні мережі. Соціальні мережі дозволяють кожному громадянину долучитися до обговорення проблем та ініціатив, що стосуються діяльності державних службовців. Окрім того, завдяки активному використанню медіа вдалося значно ускладнити приховування корупційних зловживань, що також сприяє

підвищенню відповідальності влади.

Отже, для вирішення проблеми формування позитивного іміджу державного службовця необхідне комплексне поєднання ефективного законодавства, належного фінансування реформ, а також постійної уваги до етичних аспектів службової діяльності. Важливим є не лише створення нових норм, а й забезпечення реального контролю за їх виконанням, що дозволить підвищити рівень довіри громадян до державної служби та сприятиме розвитку демократичних процесів в Україні.

Згідно з положенням статті 19 Конституції України, яка є основним нормативно-правовим актом держави, органи державної влади та органи місцевого самоврядування, а також їх посадові особи зобов'язані діяти виключно на підставі, в межах своїх повноважень і у спосіб, що визначені Конституцією та законами України [36]. Однак впродовж новітньої історії України спостерігається періодичне досягнення критичних меж у професіоналізмі та компетентності державних управлінців, що часто призводить до соціальних протестів, революційних рухів та вимог до зміни ставлення до законності, соціальної справедливості, боротьби з кумівством і корупцією. Такі вимоги, як правило, спрямовані на представників органів державної влади, яких часто критикують за невідповідність їх діяльності стандартам етики та професіоналізму.

Низький рівень кваліфікації, некомпетентність, а також призначення на державні посади за партійними квотами чи родинними зв'язками призводять до втрати кваліфікованих спеціалістів, які раніше забезпечували високий імідж державного службовця як освіченої та компетентної особи. Відсутність чітких критеріїв для оцінки таких важливих аспектів, як етичність, сумлінність, професіоналізм, ефективність та компетентність, ускладнює об'єктивне оцінювання діяльності посадових осіб на державній службі.

Однією з основних проблем є відсутність відповідальності високопосадовців, яких часто викривають у корупційних діяннях, отриманні хабарів і веденні розкішного способу життя, що контрастує з реальними умовами

праці їх підлеглих, які отримують значно менші зарплати. Це створює враження або про відсутність моральних принципів серед керівництва, або про низький рівень моральної відповідальності таких посадовців. У таких умовах вимагати від «рядових» державних службовців дотримання норм етики стає все складніше, адже суспільство починає сприймати вищий рівень державної служби як корумпований і неетичний.

Ще однією серйозною проблемою є те, що імідж державного службовця, а також самих державних органів часто формується лише на основі зовнішніх ознак та зовнішньої подачі – так званої «штучної імітації» реального змісту діяльності. Це означає, що суспільство, а інколи й законодавці, замість ґрунтовного аналізу діяльності державних службовців обмежуються лише зовнішнім враженням про їх діяльність, що не дає змоги об'єктивно оцінити глибинну сутність їх роботи.

Загалом, слід зазначити, що жоден з чинних нормативно-правових актів, що регулюють діяльність державних службовців, не містить конкретних вимог до створення позитивної репутації як державних службовців, так і самої державної служби. Репутація є результатом соціальної оцінки, формованої впродовж часу і впливає на ставлення громадян до конкретної особи чи органу державної влади. Тому важливо, щоб і суспільство, і законодавці орієнтувались не тільки на поверхневий імідж, а й на глибинні характеристики репутації державних органів і службовців, яка формується роками і має більш стійкий, змістовний характер.

Щоб покращити імідж державної служби в Україні, необхідно реалізувати низку реформ, спрямованих на удосконалення правової та нормативної бази, підвищення ефективності контролю за дотриманням законодавства, очищення морального клімату в державній службі, а також зміну системи мотивації праці службовців. Важливим є також створення системи якості регламентації публічних послуг, яку надають державні органи, з метою формування соціально орієнтованої державної служби, що відповідає новим вимогам українського суспільства [10].

В умовах сучасних трансформацій суспільства особливо важливим є формування нового типу державного службовця, який стане взірцем для виконання обов'язків, дотримання законності, а також для послідовного та професійного виконання своїх функцій. Такий службовець має бути патріотом, не байдужим до проблем громадян, чемним у спілкуванні, і, що не менш важливо, мати високу моральну відповідальність. Реалізація таких вимог, а також ухвалення відповідного пакету законодавчих актів, дозволить значно підвищити імідж як окремого державного службовця, так і державної служби загалом. Це, в свою чергу, стане міцною основою для забезпечення стабільності та єдності українського суспільства.

2.2 Ідейні основи та нормативні стандарти етики державних службовців країн Європейського Союзу

Дослідження теоретичних засад та нормативних стандартів етики державних службовців країн Європейського Союзу, а також шляхів і умов їх практичної реалізації в контексті сучасних соціально-політичних трансформацій. Сучасний підхід європейської спільноти до етики державної служби зумовлений двома основними чинниками: впровадженням нової парадигми державного управління, зокрема концепції «менеджеризму», та розвитком Європейського Союзу як об'єднання демократичних, незалежних держав [2; 4; 5]. Поява нових концепцій етики є відповіддю на виклики, пов'язані з гуманізацією технократичної моделі бюрократії. Зокрема, ідеї, розроблені філософами і соціологами Заходу, такими як В. Айхлер, Р. Белл, Ф. Бломе-Дрез, Д. Ваттімо, Е. Левінас, М. Рідель, та іншими, ґрунтуються на прагненні поєднати етику, політику, право і економіку, що в свою чергу сприяє розвитку соціальної гармонії на принципах «соціальної паритетності», де кожна сторона є рівноправним партнером [6, с. 17].

Згідно з цією теоретичною парадигмою, ідеальна структура державного управління повинна базуватись на моделі соціальної організації, що є цілісним організмом, здатним до адаптації та співпраці з громадянським суспільством. Важливими аспектами такої структури є участь державних службовців у плануванні та управлінні змінами, створення умов для творчої праці та самореалізації, взаємна довіра та відкриті комунікації [4].

Перехід до «нового управління», який включав децентралізацію, ринкові механізми регулювання, такі як управління за контрактом та автономні агентства, зміщував акценти в роботі державних службовців на результативність і ефективність виконуваних завдань, орієнтуючи їх на обслуговування певних груп споживачів. Це призвело до суттєвих змін у парадигмі державної служби, оскільки традиційний підхід до управлінської діяльності змінився на прозору і відкриту модель державної служби, що активно взаємодіє з громадянським суспільством [4, с. 2].

Такі зміни, хоча й позитивні, породили нові етичні виклики. Зокрема, залучення державних службовців до процесу прийняття політичних рішень і оцінювання їх наслідків розхитало ієрархічну систему відповідальності та поставило під сумнів традиційний політичний нейтралітет державної служби. У свою чергу, акцент на результатах праці призвів до того, що для державних службовців набули більшого значення кінцеві результати, ніж засоби їх досягнення, що спричинило зростання конфліктів інтересів та ризик ерозії традиційних етичних цінностей, таких як чесність, справедливість та рівність. Поглиблення зв'язків між державним і приватним секторами також створювало загрозу зловживань та зовнішнього тиску на державних службовців з боку приватних структур.

Традиційна веберівська бюрократична етика, орієнтована на суворі правила і формальності, не була здатна розв'язати ці нові етичні проблеми. Поставало питання: якою повинна бути нова етика, щоб задовольняти нові вимоги і забезпечувати ефективне державне управління? Відповідь на це питання було знайдено у концепції «етики відповідальності», що реалізує

потреби людини в самоповазі, відчутті власної значущості та професійній самореалізації через працю на благо суспільства.

Розширення повноважень державних службовців, зокрема внаслідок децентралізації, сприяло підвищенню рівня їх самооцінки і відповідальності за прийняті рішення. Відповідно, зросла значущість персональних позицій державних службовців, адже їх рішення все більше стали базуватися не лише на вказівках керівництва, а й на власному розумінні ситуації та етичних принципах.

Новий підхід до етики державних службовців вимагав синтезу традиційної етики правил, що регулюється правовими нормами, та етики відповідальності, яка включає саморегулювальні механізми особистості. Тому основними напрямками вдосконалення етики стало прийняття нових інструкцій і законодавчих актів, створення етичних кодексів, «гарячих» ліній, етичних комісій і агентств, а також залучення фахівців з етики до державного управління [5].

Однак етика не є самоціллю, а служить інструментом для зміцнення нової системи демократичних відносин у державній службі. Цей процес є безперервним і постійно змінюється у відповідь на нові соціальні та політичні виклики, що вимагають адаптації правил поведінки. Отже, етика державних службовців повинна розглядатись не як кінцева мета, а як постійний процес етичного самовдосконалення. Етичний кодекс є важливим орієнтиром для досягнення цієї мети, оскільки він визначає цілі та принципи, на яких державний службовець має базувати свої дії при виконанні службових обов'язків.

Розбудова «спільного Європейського дому» стала важливим фактором підвищення уваги країн Європи до етичних питань у державній службі та розвитку нової етики. У цьому контексті особливу роль відіграє концепція універсальної етики, що знайшла своє відображення у дискурсивній етиці, яку обрала європейська спільнота для досягнення взаємного порозуміння та мирного співіснування культур [7].

Універсалістська прагматична етика відповідальності здобула значне політико-інституційне визнання та стала основою для формування етичних

стандартів як у внутрішньодержавному управлінні, так і в міждержавних відносинах країн Європейського Союзу. Вона закріпилася як ідеологія, що охоплює не лише національні, а й міжнародні процеси, які зумовлюють взаємодію на принципах рівності, гідності та відповідальності. Одним із ключових понять дискурсивної етики є «політична співвідповідальність», яку К.-О. Апель формулює так: «Автентична реалізація „доброго життя“ для окремої особи чи спільноти можлива лише за умови забезпечення рівних прав для інших осіб і спільнот» [7, с. 495]. Це означає, що справедливість і гармонія в суспільстві можуть бути досягнуті лише за умови, коли всі його члени мають рівні можливості для досягнення добробуту.

Згідно з цією парадигмою, основні моральні цінності дискурсивної етики включають повагу до гідності особистості, рівність та відповідальність усіх учасників суспільних відносин. Будь-яка форма привілеїв, що надаються одній частині суспільства за рахунок іншої, створює передумови для маніпуляцій та соціальної несправедливості. Принципи «доброго життя» мають бути універсальними, однаковими для всіх, і тому потребують свідомої і добровільної згоди на принципові обмеження в інтересах загального блага. Задля цього важливим інструментом стає етика дискусії, яка регулює взаємодію через аргументовану полеміку та компроміс. У результаті таких обговорень формуються етичні норми, що забезпечують стабільність і взаємну повагу в суспільстві.

Ідеї дискурсивної етики знайшли відображення в основних документах Європейського Союзу, таких як спільні цінності Ради Європи, Копенгагенські критерії для країн-членів ЄС, а також в акценті на консенсус як основному механізмі прийняття рішень. Важливу роль у цьому контексті відіграє декларація про людські права, демократію, законність і солідарність, що були затверджені на саміті в Копенгагені 1993 року. Ці принципи включають основні стандарти міждержавної взаємодії та є ключовими для розвитку європейського співробітництва.

Що стосується етики державних службовців у країнах ЄС, вона є частиною

широкого процесу розбудови етичної інфраструктури, спрямованої на гармонізацію службової етики з суспільними цінностями та боротьбу з корупцією [5; 9]. Основні функції етичних норм державної служби включають визначення стандартів поведінки, заохочення етичної поведінки та боротьбу з її порушеннями. Це особливо важливо в умовах глобалізації та зростаючої інтеграції державних систем, де кожен державний службовець є частиною великої структури, що сприяє підтримці загальних цінностей і принципів демократичного управління.

Такі документи, як Страсбургська рекомендація Ради Європи (2000 р.), стали основою для розробки національних кодексів поведінки державних службовців, які повинні відповідати міжнародним етичним стандартам. Цей процес включає створення спеціальних інституцій з етики, впровадження етичної освіти та проведення відповідних тренінгів для державних службовців [9, с. 23-66]. Кодекси поведінки формують основи професійної етики державних службовців і визначають їх обов'язки щодо взаємодії з громадянами, колегами та органами державної влади.

Кодекс поведінки державних службовців Ради Європи складається з двох основних розділів: «Інтерпретація та застосування» і «Загальні принципи». Перший розділ визначає коло осіб, на яких поширюються норми етики, включаючи не лише кар'єрних службовців, а й осіб, які займають політичні посади. Важливим моментом є те, що Кодекс поширюється на всіх службовців, які працюють у державних органах влади, зокрема на осіб, що виконують державні замовлення в приватному секторі, але не стосується обраних представників народів чи суддів.

Другий розділ містить основні етичні принципи, зокрема законність, відданість, політичну нейтральність, лояльність до урядових рішень, а також чесність, неупередженість і ефективність у служінні суспільним інтересам. Важливою вимогою є дотримання неупередженості та об'єктивності в прийнятті рішень, недопущення конфлікту інтересів і зловживання службовим становищем, а також забезпечення довіри суспільства до державних інститутів.

Крім того, принципи ввічливості та поваги до прав і інтересів інших мають бути забезпечені в процесі державної служби.

Таким чином, етика державних службовців в країнах ЄС представляє собою комплексну систему норм і стандартів, спрямованих на забезпечення прозорості, підзвітності та ефективності в управлінні. Ця система є важливим елементом демократичних перетворень і глобальної інтеграції, що вимагає від державних службовців не лише дотримання юридичних норм, а й активної участі у підтримці етичних принципів на всіх рівнях державного управління.

Особливу увагу привертає вимога законності, яка є основною в системі професійної етики державних службовців. Важливою є не лише формальна відповідність закону та інструкціям, а й їхня реалізація через призму етичних норм, що регулюють виконання службових обов'язків. Цей підхід підтверджує відому тезу про те, що закон є мінімальною межею моралі, яку всі повинні дотримуватися. Таким чином, етика державного управління не є окремим аспектом від юридичних вимог, а є їх етичним наповненням, що дозволяє забезпечити більш глибоке та всеохоплююче розуміння державної служби як інституту, який не лише виконує функції управління, а й орієнтується на моральні принципи суспільства.

Крім того, Кодекс етики державних службовців містить вимогу щодо перевірки чесності кандидатів на державну службу (ст. 24) та виконання службових обов'язків з політичною нейтральністю, без втручання у політику, що є важливим для забезпечення ефективної та стабільної роботи державних органів (ст. 4). Однією з ключових особливостей цього Кодексу є акцент на взаємності обов'язків серед усіх учасників державної служби, зокрема між виконавцями і їхніми керівниками. Це відображено у статті 25, що підкреслює необхідність ієрархічної підзвітності, що поєднується з відповідальністю керівників за дії підлеглих. Керівники повинні забезпечувати виконання функцій, дотримання політики органів влади, а також вживати заходів щодо запобігання корупції серед підлеглих.

Посилення керівної відповідальності за порушення етичних норм

підкріплено статтею 28, яка зобов'язує керівників вживати дисциплінарних заходів у разі порушень з боку підлеглих. Порядок завершення державної служби також регламентується в Кодексі, включаючи заборону на надання привілейованого ставлення чи доступу до державних установ колишнім службовцям (ст. 26, 27). Ці положення мають на меті запобігання можливим зловживанням та конфліктам інтересів після завершення кар'єри в державному секторі.

З огляду на ефективність застосування етичних норм, значна роль відводиться службам управління персоналом і безпосередньо керівникам. Стаття 28 описує політико-правові аспекти функціонування Кодексу, зокрема, процедуру його затвердження та обов'язкову інформованість службовців про його положення. Важливо, що Кодекс стає частиною трудових умов службовця, що зобов'язує останнього не лише знати його вимоги, але й регулярно ознайомлюватися з новими змінами. Інформування про Кодекс здійснюється на етапі найму, що також є важливим для формування чітких етичних стандартів ще на початковому етапі трудових відносин.

Європейська інтеграція в контексті державної служби побудована на чотирьох основних вимірах: економіка (economy), ефективність (efficiency), результативність (effectiveness) і етика (ethics). Останній вимір, етика, займає важливе місце у визначенні стандартів державної служби та забезпеченні її прозорості і підзвітності. Об'єктом особливої уваги Європейського Союзу є законодавчі та інституційні механізми впровадження етики, які складають етичну інфраструктуру державної служби. Західні країни визнають, що професійна етика державних службовців залежить від кількох чинників: моральної культури суспільства, політичних традицій управління, активності громадянського суспільства та професійної чесності вільних засобів масової інформації, що здійснюють нагляд за діяльністю влади.

Що стосується стандартів етики, то вони повинні відображати як загальні вимоги, так і специфічні соціально-політичні цінності кожної держави. Крім того, етичні норми повинні бути нормативно закріплені для забезпечення їх

дієвості. З цією метою в державних органах створюються спеціальні посадові особи, зокрема референти з етики, які виконують функцію контролю за дотриманням етичних норм і захисту прав державних службовців.

Формування етичної інфраструктури спрямоване на створення структур, здатних забезпечити якісну підготовку державних службовців, здійснювати моніторинг їх діяльності і надавати науково-методичну підтримку у розв'язанні етичних проблем. Аналіз звіту Організації економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР) щодо реформування управління людськими ресурсами в державному секторі дев'яти країн (Австралія, Велика Британія, Канада, Іспанія, Нідерланди, Нова Зеландія, Франція, Швеція) показав, що більшість цих країн вже впровадили етичні кодекси і створили інституції на кшталт Комітету стандартів публічної служби у Великій Британії (1994), а також запровадили етичну освіту для державних службовців.

Комплексний аналіз цих звітів і досвіду країн, таких як Велика Британія і Франція, дає підстави стверджувати, що етична інфраструктура є невід'ємною частиною управління людськими ресурсами і організаційної культури державної служби. Ядро цієї культури складають морально-етичні цінності, які повинні інтегруватися в повсякденну діяльність державних службовців. Одним з важливих аспектів є неперервна етична освіта, яка забезпечує постійну актуалізацію етичних стандартів і допомагає державним службовцям виконувати свої обов'язки на високому професійному рівні.

Етика в контексті державної служби не лише визначає моральні норми поведінки службовців, але й забезпечує високий рівень ефективності управлінської діяльності, сприяючи зміцненню авторитету державних органів серед громадян. Це є важливим елементом системи управління якістю в державній адміністрації ЄС, відомої як «Спільна оцінна рамка» (Common Assessment Framework), яка включає основні показники ефективності, такі як законність, відповідальність, неупередженість, професіоналізм і підготовленість до європейської інтеграції.

Таким чином, професійна етика державних службовців є важливим

інструментом морально-правового регулювання, що гарантує ефективне виконання державними службовцями своїх обов'язків на користь громадян та суспільства в цілому. Вона включає принципи законності, відповідальності, політичної нейтральності, чесності та прозорості, які забезпечуються комплексною етичною системою. В умовах глобалізації та інтеграції в європейський контекст для України стає важливим вивчення досвіду розробки етичних кодексів та формування етичної інфраструктури державної служби, що є основою для покращення ефективності та підзвітності в державному управлінні.

2.3 Образ державного службовця органів публічної влади в суспільній свідомості українців

Ефективне функціонування державної влади можливе лише за умов позитивного ставлення громадськості, що є критичним для забезпечення її легітимності та стабільності. Одним із центральних аспектів, що визначає це ставлення, є імідж державних службовців. В Україні на сьогодні питання іміджу представників державної служби стало одним із найактуальніших для фахівців з державного управління, оскільки від нього значною мірою залежить довіра населення до державних інститутів та ефективність їх діяльності. Водночас важливим є розуміння сучасних теоретичних засад формування іміджу державних службовців, а також детальне дослідження того, яким цей імідж сприймається в суспільній свідомості.

Інтеграція наукових здобутків у сфері державного управління є необхідною для формулювання чіткого розуміння іміджу державних службовців в Україні. Враховуючи існуючі уявлення про цей імідж, наукове осмислення повинно стати основою для розробки рекомендацій щодо покращення його становища в громадській думці. Зокрема, важливо розглядати імідж державного

службовця як окремий тип особистого іміджу, який вимагає уваги не лише з точки зору психології, але й з урахуванням специфіки державної діяльності.

Імідж державного службовця має своєрідну подвійність: з одного боку, він є частиною політичного іміджу, оскільки пов'язаний із представництвом влади та публічністю; з іншого боку, він інтегрує риси професійного іміджу, оскільки відображає фахову компетентність та специфіку державного управління. Важливими аспектами є публічна діяльність державних службовців, їх популярність серед громадян, а також зворотний зв'язок з населенням, що визначає довіру до органів влади.

Згідно з Законом України «Про державну службу», державний службовець є громадянином України, який займає посаду в органі державної влади та виконує визначені для цієї посади функції, пов'язані з виконанням завдань органу державної влади. Така роль не лише накладає обов'язки перед державою, але й перед громадянами, з якими державний службовець взаємодіє. У суспільній свідомості державний службовець — це не лише професіонал у своїй галузі, але й представник держави, що безпосередньо впливає на імідж органів державної влади в цілому.

З огляду на це, сьогодні неможливо розглядати імідж державного службовця як окремий від іміджу органу державної влади. Імідж держави та її органів є корпоративним уявленням громадян, яке формується через засоби масової інформації, PR-технології та інші механізми, що створюють певні образи державних осіб і діяльності органів влади. Водночас, як зазначає С. Серьогін, цей імідж є інтеграцією оцінок діяльності різних гілок влади та суспільно-політичних процесів, що відбуваються в країні.

Аналізуючи імідж органу державного управління, С. Колоско виділяє кілька ключових компонентів його структури. Це, зокрема, імідж керівника, що включає уявлення про можливості та ціннісні орієнтації лідера; імідж працівників, що характеризує стиль життя та особистісні риси співробітників; внутрішній і соціальний імідж організації, які відображають її корпоративну культуру та роль у суспільстві; а також візуальний імідж, який фокусується на

зовнішньому вигляді організації та її символіці. Всі ці складові взаємодіють, формуючи цілісний образ органу державної влади.

Важливими факторами, що впливають на формування іміджу державної влади, є відкритість до діалогу з громадянами, прозорість дій, результативність роботи, підконтрольність та оцінка діяльності через ЗМІ, організаційна культура та ефективна кадрова політика. Кадрова політика, зокрема, є важливою складовою процесу формування іміджу державної служби, оскільки вона визначає рівень професіоналізму та морально-етичних стандартів, що в свою чергу впливає на довіру громадян до органів влади.

У наукових дослідженнях імідж державних службовців розглядається через два аспекти: базовий і ситуативний. Базовий імідж формується поступово і є стійким, однак його змінити досить складно через стереотипи та глибоко вкорінені уявлення. Ситуативний імідж, навпаки, формується під впливом конкретних обставин, кризових ситуацій або помилок, що можуть негативно вплинути на сприйняття службовця громадянами. Останній часто сприймається емоційно, що вимагає від державних службовців значної уваги до їхньої поведінки в публічній сфері.

Для дослідження феномену іміджу в науковій практиці активно використовуються методи соціології, а також методологія психології та суміжних наук, адже імідж є явищем, що має глибокий психологічний зміст. Інтеграція різних наукових підходів дозволяє глибше розуміти механізми формування іміджу державних службовців і пропонувати ефективні стратегії для його покращення в умовах сучасних викликів.

Таким чином, дослідження іміджу державних службовців є важливим етапом у розробці рекомендацій для вдосконалення державного управління в Україні. Оскільки імідж державних службовців є важливим елементом загальної репутації державних інститутів, його покращення має стати пріоритетом для забезпечення високого рівня довіри до органів влади та ефективної реалізації державної політики.

Застосування методу прямого асоціативного експерименту є ефективним

інструментом для вивчення образів свідомості носіїв мови. Цей метод дозволяє виявити несвідомі компоненти семантичного простору реципієнтів, що дає змогу дослідити глибокі психологічні та емоційні реакції на певні поняття. Асоціація, в свою чергу, визначається як зв'язок між психічними явищами, при якому активізація одного з них викликає актуалізацію іншого. У контексті дослідження емоційного навантаження терміну «державний службовець», застосування вільного асоціативного експерименту дозволило отримати важливі результати, що відображають ставлення громадян до цього соціального образу.

Експеримент проводився в два етапи. На першому етапі респондентам, віком від 21 до 55 років (20 жінок і 10 чоловіків), було запропоновано записати асоціації до терміну «державний службовець», який виступав як стимул. Учасники повинні були на основі своїх первісних вражень записати слово чи словосполучення, що виникло в межах 10-20 секунд, без будь-яких пояснень або зовнішнього впливу. Результатом стали такі слова-асоціації, як «держава», «гроші», «депутат», «заможний», «бюрократ», «відповідальність», «офісна робота», «влада», «Верховна Рада», «дисципліна», «керівник», «мала зарплата», «нахабство», «податкова», «хабарництво», «форма одягу», «хороша пенсія». Ці слова використовувалися на другому етапі експерименту для формування нових асоціацій.

На другому етапі експерименту взяли участь 30 осіб, віком від 21 до 60 років (21 жінка і 9 чоловіків). Завданням респондентів було сформулювати асоціації до тих слів, що з'явилися на першому етапі. За результатами другого етапу було зафіксовано наступні повторювані асоціації: до слова «бюрократ» – «волокита» (3 рази), «хабар» (2 рази); до «Верховна Рада» – «зрада», «депутати» (по 3 рази); до «відповідальність» – «чесність», «обов'язок», «важливо» (по 2 рази); до «влада» – «сила» (3 рази), «брехня» (2 рази); до «депутат» – «мандат», «обман» (по 2 рази); до «краватка» – «чоловік» (2 рази); до «хабарництво» – «Україна» (4 рази), «корупція», «тюрма» (по 3 рази), «влада» (2 рази).

Отже, слова, що повторювались два і більше разів, можна вважати семантичними універсаліями для терміну «державний службовець». Це такі

слова, як «влада», «брехня», «важливо», «Верховна Рада», «волокита», «депутати», «зрада», «корупція», «обман», «обов'язок», «офіційна», «сила», «тюрма», «Україна», «хабар», «чесність», «чоловік».

Аналіз отриманих даних дозволяє виокремити три основні категорії: нейтральні, негативні та позитивні асоціації. Приблизно 52% слів мають нейтральне забарвлення (наприклад, «влада», «важливо», «Верховна Рада», «мандат», «обов'язок», «офіційна», «чоловік», «Україна»), 37% — негативну семантику («брехня», «волокита», «зрада», «корупція», «обман», «тюрма», «хабар»), і лише 2% — позитивну («сила», «чесність»). Таким чином, можна зробити висновок, що емоційне навантаження терміну «державний службовець» у свідомості українців має переважно негативний характер.

Важливо зазначити, що результати проведеного асоціативного експерименту не є універсальними і не претендують на абсолютну точність для всієї популяції України. Однак ці дані можуть служити наочним відображенням загальних трендів ставлення до державних службовців серед опитаних громадян. Для отримання більш достовірних результатів необхідно проводити масштабніші й систематичні дослідження, які охоплюють ширшу вибірку населення.

Ці результати підтверджують висновок про складне становище іміджу державних службовців в Україні. Зокрема, семантичний аналіз асоціацій демонструє наявність у громадській свідомості негативних стереотипів щодо цієї професії. Це свідчить про необхідність вжиття заходів для покращення іміджу державних службовців. Одним із таких заходів має бути зміна громадського сприйняття державних службовців через реформування системи управління, підвищення прозорості та ефективності роботи органів державної влади, а також боротьбу з корупцією.

Щоб чітко визначити параметри ідеального образу державного службовця, а також зрозуміти існуючий стан іміджу, необхідно проводити додаткові соціологічні дослідження. Такі дослідження дозволять більш точно виявити, які аспекти іміджу потребують корекції, і сформулювати ефективні рекомендації

щодо покращення ставлення до цієї професії.

Для цього було проведено анонімне анкетне опитування серед громадян Кременчуцького району в період з березня по вересень 2017 року. Об'єктом дослідження стали люди віком від 21 до 60 років, з яких 35 жінок і 15 чоловіків. Умовами для участі в опитуванні були правильні відповіді на питання «Хто такий державний службовець?» і заперечувальна відповідь на питання про те, чи є опитуваний чи його близькі родичі державними службовцями. Це дослідження також дозволило уточнити особливості сприйняття іміджу державних службовців серед певної групи громадян, що є важливим для комплексного аналізу сучасного стану даної проблеми.

Предметом цього дослідження є вивчення громадської думки щодо ключових іміджевих характеристик державних службовців та оцінка рівня їх розвитку серед представників державних органів України. Результати опитування показали, що 90% респондентів вважають позитивне ставлення громадян до державної служби важливим для ефективності її функціонування. Лише 4% респондентів не погодилися з цим твердженням, а 6% обрали варіант «важко відповісти». Ці дані підтверджують, що в суспільстві домінує переконання про необхідність гармонійної взаємодії між громадянами та державою для досягнення результативності в управлінні.

Що стосується особистісних якостей, які респонденти вважають найважливішими для державного службовця, то на першому місці опинилась чесність (378 балів), за якою йде інтелігентність (362 бали), впевненість у собі (350 балів) і здатність до співчуття (347 балів). Інші риси, такі як щирість (318 балів), доброта (316 балів), стійкість характеру (294 бали) та відкритість (283 бали), також набрали значні показники, що свідчить про високу важливість етичних і моральних якостей для ефективної діяльності державного службовця.

Професійні якості, які респонденти вважають необхідними для представників державних органів, зокрема включають професіоналізм (394 бали), здатність знаходити спільну мову з людьми (376 балів), знання ділового етикету (362 бали), добросовісність (355 балів), патріотизм (352 бали) та

відповідальність (345 балів). Це вказує на те, що громадяни приділяють велику увагу професійній підготовці та людським якостям службовців, які здатні ефективно виконувати свої обов'язки. Водночас, 11% опитаних повністю задоволені рівнем професіоналізму державних службовців, що свідчить про існування серйозних проблем у даній сфері, зокрема щодо якості роботи і рівня компетенції державних працівників.

Дослідження також вказало на важливість професіоналізму, який, на думку науковців, полягає у глибокій професійній підготовці, виконанні завдань на найвищому рівні, безперервному вдосконаленні та підвищенні кваліфікації. О. Зінченко підкреслює, що справжній професіонал повинен вміти керувати персоналом, бути відкритим до нових ідей і спрямовувати свою діяльність на досягнення стратегічних цілей держави [19].

Згідно з результатами опитування, значна частина респондентів вказала на такі недоліки державних службовців, як неоднакове ставлення до людей, надання пріоритету певним особам і непунктуальність. Ці негативні характеристики вказують на необхідність змін у внутрішньому управлінні державних установ, зокрема щодо покращення організаційної культури та підвищення відповідальності за виконання службових обов'язків. Водночас деякі громадяни відзначили відсутність серйозних недоліків під час своїх контактів з державними службовцями.

Щодо зовнішнього вигляду державних службовців, 46% респондентів вважають, що представникам державної служби слід дотримуватися офіційно-ділового стилю одягу, а 42% схиляються до того, щоб дозволити деякі відхилення від нього. Це свідчить про важливість корпоративного стилю, який є частиною іміджу державних органів і може впливати на сприйняття професіоналізму та етичних стандартів службовців.

Серед ключових аспектів, які потребують покращення, респонденти відзначили необхідність зміцнення відданості інтересам держави та служіння народу, а також розвитку професійних знань, навичок і моральних якостей. Формування позитивного іміджу державних службовців, на думку респондентів,

потребує також «презентації» державних органів як ефективних та компетентних структур, які мають досвід у практичній діяльності і здатні швидко реагувати на виклики.

Важливим є також підвищення прозорості діяльності державних установ, що дозволить громадянам побачити реальні результати роботи державних службовців та сформувати позитивний імідж влади. Публічність і підзвітність державних органів, інформування громадян про їхні плани та діяльність, а також відкритість до діалогу та співпраці сприятимуть підвищенню довіри до державних службовців [20].

У підсумку, 64% опитаних погодилися з тим, що державні службовці є «обличчям держави», що підкреслює важливість їх ролі в суспільному сприйнятті державних органів. Для України, яка на шляху становлення демократичної держави, це питання є особливо актуальним. Потреба в реформуванні іміджу державних службовців та оновленні їхнього образу в суспільстві є нагальною, оскільки існуюча ситуація є далекою від ідеалу.

Реформа іміджу державних службовців повинна базуватися на зміцненні професіоналізму, моральних якостей та відкритості влади до громадян. Важливим чинником є створення двосторонньої комунікації між державою і суспільством, яка ґрунтується на чесності, прозорості та відповідальності, що дозволить зміцнити імідж державної служби як інструменту служіння народові і забезпечення ефективного функціонування держави.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВНОГО СЛУЖБОВЦЯ

3.1 Корпоративна культура та етика як складові іміджу державного службовця

Сучасний державний службовець – це професіонал, який здійснює свої функції в умовах ринкової економіки, враховуючи соціально-економічні та культурні трансформації суспільства. Його роль полягає не тільки в здатності аналізувати й прогнозувати результати діяльності підрозділу, управляти інформацією, а й у вмінні взаємодіяти з людьми. Це вміння виявляється надзвичайно важливим у контексті сучасних умов управління, що передбачають активну взаємодію між державою та громадянами. Згідно з дослідженнями Дейла Карнегі, успіх у професійній діяльності на 85% залежить від здатності спілкуватися з людьми, а лише на 15% – від технічних знань.

У службовому етикеті важливу роль відіграють моральні якості працівників, зокрема добropорядність, коректність, чуйність, тактичність, скромність і милосердя. Вміння правильно взаємодіяти з людьми є важливим чинником, який впливає на досягнення професійного успіху, тому варто виділити ключові принципи, що допомагають досягти ефективного спілкування в державному управлінні. До таких принципів належать: пунктуальність, конфіденційність, доброзичливість, увага до інших, зовнішній вигляд і грамотність. Важливим аспектом є також здатність розпізнавати і реагувати на негативні емоційні стани співрозмовників, таких як нервозність чи страх, адже це сприяє створенню комфортної атмосфери для продуктивної бесіди.

Службовий етикет виконує функцію поліпшення взаєморозуміння між людьми різних соціальних статусів, сприяючи розвитку взаємоповаги та

толерантності. Натомість, важливіше не лише вивчити зовнішні правила етикету, а й усвідомити «дух» етикету, його основні принципи та глибшу сутність. Виділяють три ключові принципи службового етикету:

1. Принцип гуманізму та людяності — підкреслює важливість моральних вимог до культури взаємин, таких як ввічливість, тактовність, скромність та точність.

2. Доцільність дій — означає, що в спілкуванні необхідно дотримуватися простоти та поміркованості.

3. Естетична привабливість поведінки — включає в себе важливість дотримання норм естетики та загальноприйнятих стандартів поведінки.

Перший принцип передбачає моральні аспекти, які лежать в основі служби, зокрема, уважне ставлення до інших, готовність допомогти, ввічливість. Ввічливість є важливою формою взаємодії, що полягає в бажанні принести добро іншій людині, і виявляється в уважному ставленні та готовності до допомоги. Тактовність, як другий аспект цього принципу, є здатністю утриматися від зауважень або критики, яка може поставити людину в незручне становище, зберігаючи належну міру і чутливість у взаємодії. Скромність, у свою чергу, вимагає адекватної самооцінки та стриманості в прояві своїх переваг або досягнень. Точність означає виконання обіцянок, пунктуальність і відповідальність у роботі.

Коректність, шанобливість, люб'язність та делікатність є різними відтінками ввічливості, які допомагають встановлювати гармонійні взаємини в колективі. Коректність характеризується офіційною, інколи навіть стриманою ввічливістю, яка допомагає уникати конфліктів. Шанобливість полягає в особливому ставленні до старших або тих, хто має більший соціальний статус. Люб'язність виявляється у прагненні бути приємним та корисним іншим, а делікатність вимагає м'якого ставлення до емоційного стану співрозмовника, глибокого розуміння його настроїв.

Другий принцип етикету, доцільність дій, передбачає, що кожен крок в професійному спілкуванні має бути обґрунтованим і виправданим з точки зору

ситуації. Згідно з цим принципом, особливу увагу варто приділяти логічності та ефективності в управлінських рішеннях.

Третій принцип — естетична привабливість поведінки — вказує на важливість естетики та зовнішнього вигляду в державному управлінні. Це не лише зовнішній стиль поведінки, але й здатність діяти відповідно до етичних норм, які є важливими в контексті взаємодії з громадянами.

Захист прав і інтересів громадян залежить від моральних і етичних стандартів державного службовця. У цьому контексті важливою є концепція адміністративної моралі та етики, які визначають норми поведінки в соціальних і професійних відносинах. Мораль — це система норм, що регулює взаємодію людей, спрямована на підтримку справедливості та гідності в суспільстві. Етикет же є набором прийнятих або формалізованих правил, які слугують основою соціальної поведінки в суспільстві.

Службовий етикет взаємин, у свою чергу, набуває сенсу через необхідність поважати гідність інших осіб, незалежно від їхнього соціального статусу або посадового становища. Ввічливість, коректність, шанобливість, люб'язність і делікатність формують важливі компоненти успішної взаємодії між державними службовцями та громадянами.

Знання та дотримання службового етикету є важливою складовою професіоналізму. Вміння ефективно взаємодіяти з людьми, незалежно від їхнього статусу чи посади, а також зберігати такт і ввічливість у складних ситуаціях, сприяє ефективності служби та забезпечує гармонійне функціонування органів державної влади. Службовий етикет визначає не лише правила поведінки, але й сприяє формуванню позитивного іміджу організації та її представників, а також забезпечує ефективну комунікацію між усіма учасниками процесу.

Таким чином, на сьогодні важливим аспектом служби є не тільки формальне дотримання етикетних норм, але й розвиток моральних і етичних якостей, які є основою ефективного державного управління в умовах демократичного суспільства.

Службовий етикет, як система норм і правил поведінки, має виконувати кілька важливих функцій в організаційних відносинах. З одного боку, він забезпечує регуляцію процесу спілкування між партнерами з різним соціальним статусом, допомагаючи вирівняти їх позиції в комунікативному плані, зберігаючи при цьому нерівність у службовому статусі для підтримання субординації та дисципліни. Така структура етикету сприяє встановленню належної ієрархії та організації взаємодії в рамках організації, що є особливо важливим у державному управлінні.

Відомі лідери та підприємці, зокрема Джон Рокфеллер, підкреслювали важливість вміння спілкуватися як ключового елемента для досягнення успіху в бізнесі. Він зазначав, що здатність ефективно комунікувати з людьми є таким же товаром, як цукор або кава, і він готовий був платити за це більше, ніж за будь-який інший товар. Це висвітлює важливість ефективної комунікації в професійній діяльності, в тому числі на державній службі, де взаємодія між посадовими особами та громадянами має величезний вплив на результати діяльності.

Завданням службового етикету є також сприяння зближенню людей з різними соціальними статусами, покращення їх взаєморозуміння та взаємоповаги. Взаємодія між працівниками з різними посадовими функціями та рівнями відповідальності потребує не лише технічної кваліфікації, але й розвитку гуманістичних якостей та культурних стандартів. Можна виділити кілька ключових принципів, які забезпечують ефективну комунікацію в організаціях і є важливими для службового етикету:

Принцип гуманізму та людяності – цей принцип виражається в моральних вимогах до культури взаємовідносин, включаючи ввічливість, тактовність, скромність та точність. Ввічливість створює основу для ділових стосунків, тактовність допомагає уникати ситуацій, які можуть принизити або спричинити незручність для іншої особи. Скромність у поведінці забезпечує взаємну повагу, а точність у виконанні обіцянок і термінів підвищує довіру.

Принцип доцільності дій – передбачає, що всі дії в комунікації мають бути

не тільки етично обґрунтованими, але й зручними та комфортними для обох сторін. У нестандартних ситуаціях цей принцип дозволяє діяти відповідно до обставин, не порушуючи етичних норм і водночас зберігаючи комфорт у взаємодії.

Принцип естетичної привабливості поведінки – вимагає, щоб взаємодія з іншими була не тільки коректною, але й візуально привабливою. Вишукані манери, правильна міміка та жести створюють атмосферу доброзичливості та допомагають уникнути непорозумінь. Така поведінка сприяє формуванню позитивного іміджу як для окремої особи, так і для організації загалом.

Принцип глибокої поваги до інтересів та почуттів інших – це одна з основ взаємодії, що вимагає визнання інтересів і почуттів як співробітників організації, так і громадян. Поважне ставлення до інших, як у формальних, так і в неформальних ситуаціях, є важливим елементом служби, що сприяє довірі з боку громадян та ефективному виконанню службових обов'язків.

Важливою умовою ефективного функціонування державного управління є безпристрасність державних службовців, які мають володіти не лише сучасними професійними знаннями, але й діяти в межах закону. Це є необхідною передумовою для підтримання високого рівня довіри з боку громадян до державних інститутів. Державний службовець має бути чесним, відповідальним і надійним, оскільки його діяльність безпосередньо впливає на життя громадян.

Вступаючи на державну службу, особа робить свідомий вибір, який передбачає дотримання етичних норм та професійного етикету. Це включає в себе не лише повагу до службових обов'язків, але й готовність до обмежень у приватному житті, оскільки державний службовець має дотримуватися вимог етики та нормативів поведінки, що сприяє зміцненню авторитету державної влади.

В Україні було затверджено Загальні правила етичної поведінки державних службовців і посадових осіб місцевого самоврядування. Ці правила є основою для формування етичних стандартів, яких повинні дотримуватись

державні службовці під час виконання своїх обов'язків. Вони орієнтовані на забезпечення належної репутації державної служби, зміцнення довіри громадян до органів влади та сприяння запобіганню корупційним ризикам.

Дотримання етичних норм під час виконання службових обов'язків є обов'язковим для всіх державних службовців. Це враховується під час їх щорічного оцінювання діяльності, а також в разі виявлення порушень етики з боку посадових осіб, керівництво зобов'язано вжити відповідних заходів, включаючи дисциплінарну відповідальність.

Етика державної служби – це система норм і правил, які регулюють взаємовідносини в державному апараті. Вона є результатом історичних, культурних і соціальних традицій конкретного суспільства, що визначають вимоги до професійної поведінки державних службовців. Разом із загальнолюдськими моральними нормами, етика державної служби включає універсальні принципи, що застосовуються у всіх цивілізованих країнах.

До основних рис професійної етики державного службовця можна віднести:

1. Професійну честь – усвідомлення відповідальності за свою діяльність і прийняття етичних норм як невід'ємної частини професії.
2. Професійну гідність – здатність діяти відповідно до високих моральних стандартів, незважаючи на зовнішні обставини.
3. Професійну справедливість – прийняття об'єктивних рішень на основі чесності та рівності для всіх.
4. Професійний такт – вміння діяти з урахуванням чутливості ситуацій, поважаючи особисті межі інших.
5. Професійний обов'язок – готовність виконувати свої обов'язки на найвищому рівні.

Службова дисципліна в свою чергу означає дотримання службовцями вимог законодавства та ефективне виконання своїх обов'язків, що, у свою чергу, є основою ефективної роботи державних установ і стабільності державного управління.

Проблема професійної етики державного службовця справді є однією з найважливіших для забезпечення ефективності та доброчесності державної служби. Як правильно зазначено, діяльність державного службовця має відповідати не лише юридичним нормам Конституції та чинного законодавства, а й етичним стандартам, моральним принципам, які формують основу взаємодії з громадянами та колегами по службі.

Ці етичні норми й принципи в значній мірі визначають не тільки професіоналізм державних службовців, а й довіру до державних інститутів у суспільстві.

Державна служба нерозривно пов'язана з моральними цінностями. Професіоналізм державного службовця – це не лише набір професійних знань і вмінь, але й моральна відповідальність, усвідомлення свого покликання і обов'язку служити державі та громадянам. Справжній державний службовець повинен бути готовим до самопожертви в ім'я громадських інтересів, а не особистої вигоди, що є важливою складовою моральності в професійній діяльності.

Поєднання високої професійної кваліфікації і моральних якостей формує основу ефективної діяльності державних органів, оскільки саме від морального обличчя державних службовців залежить, наскільки успішно вони можуть вирішувати складні соціальні та управлінські проблеми. Проблеми, з якими державні органи стикаються у своєму повсякденному функціонуванні, часто потребують не лише юридичних знань, а й здатності приймати етичні рішення, що відображають інтереси громадян і суспільства в цілому.

Одним із головних інструментів у забезпеченні високих етичних стандартів серед державних службовців є етичний кодекс, який детально регламентує поведінку службовців. Цей кодекс не просто відображає загальноприйняті моральні норми, а й адаптує їх до специфіки службової діяльності, враховуючи особливості виконуваних обов'язків і наданих повноважень. Моральні принципи, на яких базується цей кодекс, включають такі основні етичні вимоги:

1. Вірність державі та чесність у службі. Державний службовець має бути вірним державі, виконувати свої обов'язки безкорисливо і з гідністю. Він поважає принципи служіння громадським інтересам і діє в рамках законодавства.

2. Підвищення державних інтересів над індивідуальними цілями. Службовець має ставити інтереси держави та громадян на перший план, навіть якщо це суперечить особистим чи політичним інтересам.

3. Боротьба з корупцією. Важливим етичним принципом є боротьба з корупцією і неухильне дотримання законів щодо запобігання зловживанням службовим становищем.

4. Запобігання особистій вигоді. Важливо, щоб службовець не використовував своє становище для отримання будь-яких вигод для себе чи своїх родичів. Ніяка особиста вигода не має переважати над виконанням службових обов'язків.

5. Заборона дискримінації. Державний службовець не повинен дискримінувати громадян за будь-якими ознаками, забезпечуючи рівність і справедливість у своїй діяльності.

Ці етичні принципи визначають межі, в яких повинен діяти державний службовець, і сприяють створенню професійної та моральної атмосфери в органах влади.

Невиконання етичних вимог може призвести до серйозних наслідків, як для окремого службовця, так і для організації в цілому. Проступки державного службовця включають порушення закону, нечесне виконання своїх обов'язків, зловживання службовими повноваженнями, а також інші дії, що порушують основні моральні норми. Тому дуже важливо, щоб етичні вимоги були чітко прописані і контролювались на всіх рівнях державного управління.

Залежно від виду державної служби (суддів, військових, дипломатів) додаються специфічні етичні норми, порушення яких може призвести до дисциплінарних заходів, таких як догана, звільнення або пониження в посаді.

Управлінська діяльність завжди ставить перед державним службовцем

питання співвідношення справедливості та ефективності, волі та рівності. Право й мораль повинні взаємодіяти таким чином, щоб не порушувати баланс між професіоналізмом і моральністю. Ідея «морального управління» не повинна вести до тоталітарних тенденцій, як це було в минулому, де державна влада прагнула примусово насаджувати справедливість. Водночас, професіоналізм без моральних засад може призвести до корупції та зловживань владою.

Принципи моралі лежать в основі права, а тому діяльність державного службовця має ґрунтуватися на етичних засадах. Збалансоване поєднання правових і моральних стандартів є необхідним для успішного функціонування державної служби.

Державна служба, як культурний інститут, покликана створювати умови для ефективного впливу на життя громадян. Вона повинна об'єднувати професіоналізм, моральність і етичні принципи, що дозволяють державним службовцям виконувати свої обов'язки відповідно до високих стандартів. Це не лише питання ефективності управлінської діяльності, а й питання створення довіри громадян до органів державної влади та забезпечення правової і соціальної стабільності в суспільстві.

3.2 Принцип відповідальності у формуванні позитивного іміджу державних службовців

У будь-якій організації людські ресурси становлять найважливіший капітал, оскільки вони є носіями інтелектуальної власності та інших критично важливих знань. Рівень компетентності співробітників безпосередньо впливає на ефективність роботи та кількість необхідних процедурних документів і контрольних механізмів. У цьому контексті кадрова політика стає ключовим елементом для формування сучасної системи державного управління, де якість кадрів визначає загальну ефективність управлінської діяльності.

Сьогодні успішне виконання управлінських функцій на державній службі значною мірою залежить від ряду факторів, таких як особистість службовця, його досвід, рівень освіти, професійна компетентність, а також здатність швидко адаптувати свої знання і навички до змін в соціально-економічному та політичному середовищі. Закон України «Про державну службу», прийнятий ще в 1993 році, закріпив принцип професіоналізму та компетентності як основний для органів державної влади. Цей принцип став основою для подальших реформ у сфері державного управління, зокрема через програми розвитку державної служби, такі як Постанова Кабінету Міністрів України від 8 червня 2004 року №746 «Про затвердження Програми розвитку державної служби на 2005–2010 роки», що продовжила акцент на необхідності підвищення кваліфікації державних службовців.

Управління людськими ресурсами в державних органах передбачає не лише забезпечення їх наявності, але й формування компетентності через системи підготовки, перепідготовки та постійного підвищення кваліфікації. Для цього у державних органах функціонують кадрові служби, які займаються плануванням роботи з кадрами, забезпеченням їхнього професійного розвитку, визначенням вимог до добору та підготовки кадрів. Важливим елементом є періодична оцінка потреби в освіті та професійній перепідготовці на основі змін у суспільстві та науково-технічному прогресі.

На жаль, рівень освіти державних службовців в Україні залишає бажати кращого. Статистика свідчить, що лише 59,3% працівників державних органів мають повну вищу освіту, а близько 16% — лише середню освіту. Це означає, що значна частина державних службовців не має необхідних теоретичних знань для виконання функцій на високому рівні. Однак, в Україні також спостерігається наявність молодих фахівців, що закінчили вищі навчальні заклади, але й тут виникає проблема щодо швидкості оновлення знань і практичних навичок, адже багато аспектів державного управління потребують постійного вдосконалення та актуалізації.

Що стосується підвищення кваліфікації, то важливо зазначити, що в інших

країнах досвід свідчить про необхідність детального аналізу існуючих навчальних процесів в організаціях, який дозволяє виявити слабкі та сильні сторони системи підготовки кадрів. Таким чином, кожен державний орган повинен постійно інвестувати в навчання та розвиток своїх працівників, щоб забезпечити не лише актуальність знань, а й ефективне застосування нових підходів у роботі.

Особистісні характеристики державних службовців, такі як мобільність, інформованість, комунікабельність, культура спілкування і точність виконання посадових обов'язків, є важливими складовими їх професіоналізму. Імідж державного службовця значною мірою формує уявлення громадян про державу в цілому, оскільки державний службовець є втіленням державної влади та її політики. Професійні якості, такі як фахова компетентність, соціальна та психологічна адаптованість, а також зовнішні характеристики (вік, стать, соціальний статус) складають загальне уявлення про державного службовця та впливають на оцінку ефективності управлінської діяльності.

Згідно з дослідженнями вітчизняних учених, імідж державного органу не може бути відокремлений від іміджу його персоналу. Особистісні якості державних службовців, такі як точність у виконанні своїх обов'язків, комунікабельність, мобільність та відповідальність, мають безпосередній вплив на репутацію як державних органів, так і на сприйняття державної політики в цілому. Усе це свідчить про важливість розробки та впровадження ефективної кадрової політики, яка має сприяти не тільки підвищенню професіоналізму службовців, а й формуванню позитивного іміджу державної служби.

Отже, кадрова політика та управління людськими ресурсами в державних органах є основою для забезпечення ефективного функціонування органів державної влади, що неможливо без належної підготовки та розвитку персоналу, орієнтованого на постійне вдосконалення знань та навичок у відповідності до вимог часу.

Без принципу відповідальності неможливе ефективне функціонування державного управління. Однак важливо зазначити, що йдеться не лише про

колективну відповідальність органів державної влади, а й про персональну відповідальність окремих державних службовців, які виконують свої функції в цих органах. В умовах сучасної політичної ситуації в Україні проблема відповідальності державної влади є однією з центральних тем суспільних дискусій. Зокрема, питання політичної відповідальності уряду та Президента за порушення Конституції та встановлених нею норм часто відступають на задній план порівняно з питанням моральної відповідальності вищих посадових осіб за стан політичної та соціально-економічної ситуації в країні.

Запровадження політичної відповідальності як окремого виду відповідальності в управлінську практику стало важливим етапом у процесах демократизації та політичної трансформації держави. Важливою метою цього процесу є забезпечення реалізації політики, яка ґрунтується на оптимальному поєднанні ефективності розробки політичних рішень, їхньої швидкої та зваженої реалізації, а також на виконанні функцій контролю і нагляду, що гарантує збалансованість та підзвітність усіх етапів політичного процесу.

Принцип соціальної відповідальності, що іноді виділяють окремо, стосується того, що держава несе відповідальність перед своїми громадянами за ефективне управління наданими ресурсами — людськими, природними, матеріальними — а також за збереження та розвиток історичної спадщини для майбутніх поколінь. Цей принцип підкреслює взаємозв'язок між державними інститутами та суспільством, покладаючи на органи влади не лише юридичну, а й моральну відповідальність за своєчасне реагування на суспільні потреби та за підтримання стабільності і розвитку суспільства.

З іншого боку, розгляд відповідальності в етичній площині надає цьому принципу не лише суб'єктивний, але й ірраціональний характер. У цьому контексті стає очевидною необхідність чіткого формулювання критеріїв моральної відповідальності та визначення санкцій за порушення морально-етичних норм. Враховуючи, що єдиним критерієм моральності дій особистості, зокрема державного службовця, є абстрактне поняття «совість», відповідальність набуває двоїстого виміру: внутрішнього (особистого) — через

докори сумління, і зовнішнього (суспільного) — через суспільний осуд, соціальну ізоляцію чи неприязнь з боку громадян.

У разі державних службовців, які є представниками органів державної влади, зовнішні санкції, насамперед, проявляються у втраті довіри громадян до цих органів, що, в свою чергу, спричиняє формування негативного іміджу державної влади в цілому.

Так, зниження рівня довіри до влади та корупційні скандали можуть серйозно підривати ефективність управлінських процесів. Однак, незважаючи на певний суб'єктивізм, відповідність дій державних службовців морально-етичним нормам не лише є показником їх моральної відповідальності, але й важливим елементом професіоналізму.

Таким чином, відповідальність державних службовців має кілька вимірів: моральний, професійний, політичний і соціальний. Кожен із цих аспектів взаємно доповнює інший і є складовою частиною формування позитивного іміджу державних органів. Відповідальність державного службовця перед суспільством і перед власною совістю, а також високий рівень професіоналізму є основою для формування довіри до органів державної влади.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що дослідження питання формування позитивного іміджу органів державної влади є особливо актуальним в умовах кризи довіри між державою і суспільством. Величезний вплив на громадське сприйняття органів влади мають як діяльність високопосадовців, так і повсякденна робота низових державних службовців, з якими громадяни стикаються безпосередньо.

Якість управлінських рішень, рівень професіоналізму та моральна відповідальність державних службовців визначають не лише ефективність виконуваних ними обов'язків, але й імідж держави в цілому. Тому одним із найважливіших факторів, що впливають на формування довіри до органів влади, є готовність та здатність державних службовців діяти відповідально та з високою професійною та моральною обізнаністю.

3.3 Громадська оцінка як комплексна характеристика іміджу державних службовців

Актуальність питання оцінювання управлінських кадрів тісно пов'язана з підвищенням ефективності функціонування органів публічної влади, що є невід'ємною частиною процесу модернізації державного управління. Процедури оцінювання державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування дозволяють не лише здійснити об'єктивну оцінку їхньої діяльності, а й виявити недоліки та проблеми, що виникають у процесі виконання ними своїх обов'язків. Це, у свою чергу, дозволяє вчасно вжити заходів для покращення управлінських процесів і ефективності роботи органів влади, що, за словами Ж. Лека, повинно «модифікуватися залежно від еволюційних потреб громадян».

Підхід до оцінювання державних службовців, як зазначає Л. Пашко, також передбачає визначення «взаємних очікувань суб'єктів взаємодії», де однією зі сторін є персонал публічної влади, а іншою – громадськість. У цьому контексті соціальна природа публічної служби як соціального інституту, покликаного забезпечувати реалізацію цілей і функцій держави, вимагає формування позитивного іміджу влади. Відповідне сприйняття державних службовців і посадових осіб місцевого самоврядування в суспільстві є важливим елементом цього процесу. Негативне сприйняття таких осіб формує недовіру до держави, апатію та соціальну дезінтеграцію. Водночас, позитивний образ кожного державного службовця, як професіонала, є важливою складовою формування загального позитивного іміджу держави.

Державна служба і служба в органах місцевого самоврядування є публічними та постійно перебувають під увагою громадськості, що зумовлює їх постійну оцінку. Результати діяльності органів влади, професійна поведінка публічних службовців, їхня взаємодія з різними верствами населення, представниками бізнес-структур, громадськістю і засобами масової інформації формують імідж державної служби в цілому. Як зазначає науковець С. Серьогін,

імідж державних службовців формується «в результаті оцінок об'єктивно існуючої системи влади та суб'єктивного сприйняття образів державних службовців, які створюються в суспільній свідомості». У цьому процесі особисті враження громадян про діяльність державних осіб відіграють значну роль.

Оцінка діяльності державних службовців неможлива без розуміння суспільством сутності державної служби як соціального інституту. Державна служба традиційно асоціюється з реалізацією державної влади та є важливим елементом «державного механізму», але вона також виконує соціальну функцію. Цінність державної служби полягає в її здатності обслуговувати потреби людини і сприяти розвитку суспільства. Таким чином, державна служба орієнтується не лише на інтереси держави, але й на задоволення потреб громадян.

Дослідники В. Белолипецький та В. Ігнатов визначають державну службу як «служіння державі та суспільству групи осіб на професійній основі за винагороду, з метою забезпечення ефективності управління». Тому державні службовці мають сприйматися як «слуги народу», утримувані на гроші платників податків. Оцінка державної служби як суспільного служіння втілює не тільки місію цієї інституції, а й виражає вимоги, які суспільство висуває до публічних службовців. Це відображає також рівень довіри та поваги, які громадяни надають державним службовцям, оцінюючи їхню діяльність.

Особистісний імідж кожного державного службовця, сформований через виконання ним своїх професійних обов'язків, є важливою складовою загального іміджу державної служби. Як зазначають Л. Бурганова та С. Батайкіна, імідж державної служби є «динамічним, активно-пасивним символічним конструктом, що відображає образ інституту державної служби». Таким чином, кожен державний службовець не лише виступає як особистість, а й уособлює корпоративний імідж державної служби, який впливає на загальне сприйняття органів влади.

У процесі формування іміджу державної служби важливу роль відіграють соціальні стереотипи, які є невід'ємною частиною масової свідомості. Стереотипи зумовлюють спрощене сприйняття реальності, що іноді призводить

до неприязного ставлення до державної служби, оскільки негативні стереотипи часто домінують у громадській свідомості. Як зазначає В. Д'якова, негативні стереотипи, що сформувалися історично, продовжують впливати на оцінку діяльності державних службовців. Тому зміна негативного сприйняття державної служби на позитивне можлива лише через реформування управлінської діяльності в цілому, що, в свою чергу, сприятиме руйнуванню стійких стереотипів.

Висновок, який можна зробити з аналізу зазначених аспектів, полягає в тому, що процес оцінювання діяльності державних службовців та формування позитивного іміджу державної служби є важливим для забезпечення ефективності функціонування органів публічної влади. Формування іміджу, як суб'єктивного відображення професійної діяльності державних службовців, безпосередньо впливає на рівень довіри до державної влади, що, в свою чергу, сприяє підвищенню соціальної інтеграції та стабільності суспільства.

Престиж державної служби є важливим індикатором громадської оцінки діяльності державних службовців, оскільки він відображає сприйняття державної служби як соціального інституту та представника цього інституту – державного службовця. Престиж формується через категорії поваги, авторитету, статусу та привабливості, що складають громадську оцінку. Це поняття є результатом соціального сприйняття, яке засвоюється індивідом на основі готових уявлень, подібно до стереотипів. Однак природа престижу значно ширша: за визначенням Є. Курасової, це відносна оцінка суспільної значущості державної служби, яка виникає через інституціональні та індивідуальні оцінки [29, с. 100]. Таким чином, престиж державної служби є складним і суперечливим механізмом, який включає оцінки як з боку суспільних інститутів і груп, так і з боку індивідів, зокрема самих державних службовців [29, с. 115].

Імідж та престиж мають спільні риси, однак важливо розрізняти їх природу. Імідж можна сприймати як «штучний» конструкт, що піддається зміні за допомогою публічних заяв, корекції форм і методів роботи, або через масштабні PR-кампанії. Натомість престиж є «ціннісним новотвором», який

формується на основі співвідношення індивідуальних і суспільних норм і стандартів. Він підвищує суб'єктивний статус особистості та сприяє її самореалізації, що, своєю чергою, позитивно впливає на ефективність роботи [29, с. 114].

Одним із основних критеріїв оцінки діяльності державних службовців є рівень довіри, який існує в суспільстві до влади. Довіра до державної служби є необхідною умовою для забезпечення її ефективної діяльності. У разі втрати довіри, державні службовці не зможуть реалізовувати свої обов'язки, оскільки відсутність підтримки з боку громадян істотно обмежує їхню можливість виконувати свої функції. Довіра, як показує досвід, є одним з найважливіших факторів розвитку суспільства, оскільки передбачає добровільне виконання громадянами суспільних обов'язків. Сучасний американський філософ Ф. Фукуяма підкреслює, що рівень довіри в суспільстві визначається в першу чергу культурними факторами, а в суспільствах з високим рівнем довіри панують суспільні цінності і здатність до взаємодії [86]. У цьому контексті взаємодія між державними службовцями та громадянами може бути описана через «конституентні взаємини», в яких обидві сторони мають взаємні зобов'язання: громадяни мають право впливати на діяльність державних службовців, а останні несуть відповідальність за ефективність своїх дій перед громадянами [32, с. 62-63].

Громадська оцінка діяльності державних службовців безпосередньо пов'язана з питанням легітимності державної служби, тобто з визнанням її суспільством. Важливим аспектом цього процесу є морально-етична складова взаємодії між державою і суспільством, а також між державними службовцями і громадянами. Порядність і доброчесність державних службовців є важливими факторами для формування позитивного іміджу і авторитету державної служби. Відповідно до думки М. Рудакевича, доброчесність є не лише етичним стандартом, але й реальним випробуванням на моральність і професіоналізм, що визначає рівень довіри до державної служби [76, с. 233]. Забезпечення доброчесної поведінки є одним із ключових пріоритетів розвитку державної

служби, що включає заходи щодо запобігання корупції та врегулювання конфліктів інтересів.

Авторитет державної служби є важливим компонентом суспільної оцінки її діяльності. Авторитет можна розглядати як тип влади, який є ненасильницьким і легітимним. Без авторитету державна служба втрачає свою здатність ефективно впливати на суспільство. Авторитет формується через довіру до якостей і заслуг державних службовців і їх здатність виконувати свої обов'язки. Важливо, що авторитет не задається апріорі, а здобувається в процесі виконання соціальних функцій і безпосередньо залежить від професіоналізму його носія. Для підтримки авторитету державної служби необхідна наявність зворотного зв'язку від громадян, що забезпечує оцінку її діяльності і дає можливість для корекції її роботи.

Оцінка громадськості діяльності державних службовців може здійснюватися через механізми громадського контролю, які є складовою соціального контролю. До основних механізмів відносяться реалізація права громадян на звернення, проведення опитувань громадської думки та активна участь громадян у процесах прийняття управлінських рішень. В Україні право громадян на звернення регулюється Законом України «Про звернення громадян», який дає можливість громадянам вносити пропозиції, викривати недоліки в роботі органів державної влади та оскаржувати дії посадових осіб.

Інститут опитувань громадської думки є важливим інструментом оцінки діяльності органів влади та державних службовців. В Україні регулярно проводяться опитування соціологічними центрами, такими як Інститут соціології НАН України, Центр «Соціальний моніторинг», а також громадськими організаціями. Результати таких досліджень дозволяють відстежувати зміни в рівні довіри до державних інститутів і робити висновки щодо ефективності їх діяльності.

За даними Центру «Соціальний моніторинг» та Українського інституту соціальних досліджень, рівень довіри до органів влади в Україні значно знизився в порівнянні з попередніми роками. Так, на кінець 2015 року оцінка діяльності

Верховної Ради, Кабінету Міністрів і місцевих органів влади була вкрай негативною, що відображає загальний рівень незадоволення діяльністю державних службовців в суспільстві.

Таким чином, забезпечення прозорості, відкритості та участі громадян у процесах державного управління є важливими елементами для підвищення довіри до державної служби та її авторитету. Відкритість уряду та активні консультації з громадськістю є ключовими інструментами для формування позитивної громадської оцінки і довіри до діяльності органів державної влади в Україні.

Запровадження консультацій органів державної влади з громадськістю в Україні стало можливим завдяки Постанові Кабінету Міністрів України від 3 листопада 2010 року № 996 «Про забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики». Окрім визначення порядку проведення консультацій, цей нормативно-правовий акт заклав основи для створення дорадчих рад при органах влади, що забезпечують ефективний механізм впливу громадськості на формування державної політики. Радники виступають важливими експертними та інформаційними ресурсами для органів виконавчої влади, а також платформами для вираження громадської оцінки діяльності державних службовців.

На 1 січня 2017 року в Україні функціонувало 117 громадських рад, до складу яких входили понад 1600 осіб, серед яких представники громадських організацій, професійних спілок, ЗМІ та органів влади. Протягом 2015-2016 років ці ради провели 1338 засідань, подали 5940 пропозицій та зауважень, з яких 75% було враховано. Ці процеси свідчать про активну роль громадянського суспільства в оцінці та контролі за діяльністю органів влади, хоча потребують подальшої деталізації та вдосконалення механізмів інтеграції громадської думки в управлінську практику.

Процес формування іміджу державної влади є двоспрямованим. З одного боку, він передбачає стихійне виникнення громадської думки про владу, з іншого – активне цілеспрямоване формування позитивного іміджу через комунікацію та

інформаційні кампанії. Без цілеспрямованої роботи з формування іміджу може виникнути невідповідність між сприйняттям влади громадськістю та її реальним станом, що, в свою чергу, може призвести до зниження довіри до державних структур.

Особистісні якості державних службовців та їх професійна діяльність є ключовими факторами у формуванні авторитету та позитивного іміджу органів влади. Оцінка діяльності державних службовців базується на двох паралельних процесах: органічному формуванні образу влади в суспільній свідомості та спеціально спланованих заходах, спрямованих на поліпшення цього іміджу відповідно до потреб громадськості.

Отже, можемо виділити кілька ключових висновків. По-перше, суспільна оцінка державного апарату є комплексною і відображає рівень довіри, престижу та авторитету публічної служби в суспільстві. По-друге, для належного контролю за діяльністю органів влади необхідно створювати та підтримувати механізми громадської участі, такі як громадські ради та консультації, що дозволяють громадянам впливати на державну політику. По-третє, успішне формування позитивного іміджу органів влади потребує як стихійного, так і стратегічного підходу до комунікації з громадськістю, акцентуючи на прозорості діяльності та ефективному інформуванні населення про функціональні завдання державних органів.

ВИСНОВКИ

Результати проведеного дослідження свідчать про досягнення поставленої мети та виконання завдань, визначених у магістерській роботі. Виходячи з цього, можна зробити кілька важливих висновків.

1. Аналіз існуючих підходів до розуміння феномена іміджу вказує на різноманіття його визначень, що базуються на різних теоретичних концепціях. В найзагальніших рисах імідж розглядається як зовнішнє відображення або уявлення про об'єкт (індивіда, організацію, інститут чи товар), яке формується в масовій свідомості за допомогою медіа, реклами та інших форм комунікацій. Цей образ може бути як результатом спонтанної взаємодії з навколишнім світом, так і результатом цілеспрямованої діяльності, спрямованої на створення потрібного уявлення за допомогою соціально-психологічних технік. Поняття «імідж», «образ», «стереотип» і «репутація» утворюють логічну послідовність: стереотипи – образ – імідж – репутація. Останнє має особливу вагу у державному управлінні, адже саме позитивний образ органів влади значною мірою підвищує ефективність їх діяльності та сприяє довірі громадян до державних інститутів.

2. Ідентифіковано ключові складові іміджу державного службовця, серед яких виділяються професіоналізм, управлінська культура та психологічний клімат в організації. Професіоналізм передбачає здатність державного службовця оперативно та ефективно реалізувати завдання, враховуючи реальні можливості і нормативні обмеження. Професіоналізм безпосередньо впливає на якість надання державних послуг та на рівень довіри до органів влади. Управлінська культура, у свою чергу, охоплює компетентність, ініціативність та здатність до відповідального керівництва, а психологічний клімат в організації відображає емоційний стан трудового колективу та його взаємодії.

3. Дослідження підтверджує, що громадське сприйняття органів влади формується через персоніфікацію, тобто через імідж державного службовця, як представника інституції. Імідж державного службовця є суттєвою складовою

іміджу державної влади, оскільки кожен службовець, незалежно від рівня посадової ієрархії, створює образ органу влади через свою поведінку, зовнішній вигляд та взаємодію з громадянами. Тому формування позитивного іміджу державного службовця є необхідним для зміцнення довіри до держави та боротьби з негативним ставленням до влади, що є однією з найбільших проблем сучасного українського суспільства.

4. Виявлено, що громадська думка щодо державної влади включає як індивідуальні враження від діяльності окремих посадових осіб, так і загальні оцінки організаційної ефективності державних установ, що веде до інтеграції понять «імідж» і «репутація». Репутація органу влади значною мірою залежить від збігу очікувань щодо його діяльності та фактичної якості виконання функцій. Імідж формується на основі стереотипів та очікувань, тоді як репутація визначається на підставі досвіду та оцінок, які накопичуються протягом тривалого часу.

5. Вивчення виявило, що найбільш важливим механізмом регулювання та контролю діяльності державних службовців є поєднання правових норм та етичних принципів. Законодавство України визначає основні принципи державної служби, зокрема законність та етичні норми, хоча питання формування та підтримки позитивного іміджу державного службовця вимагають подальшої правової деталізації. Наразі існує прогалина в нормативно-правовій базі щодо визначення чітких критеріїв оцінки етичної поведінки та професіоналізму державних службовців.

6. Порівняння з практикою країн Західної та Центральної Європи показує, що у цих регіонах професійна етика державних службовців є важливим інструментом забезпечення законності та ефективності державного управління. Основні принципи, як-от політична нейтральність, відповідальність та відкритість, широко застосовуються в кодексах етики державних службовців, що сприяє підвищенню їхньої ефективності та довіри з боку громадян. В Україні доцільно створити подібний етичний кодекс та інфраструктуру для навчання і розвитку державних службовців.

7. Оцінка ефективності діяльності державних службовців в Україні є тісно пов'язаною з низьким рівнем довіри між громадянами та державою. Суспільство часто має стійке негативне уявлення про державних службовців, яке включає стереотипи бюрократизму, корупції та некомпетентності. Це є суттєвою перепорою для реалізації ефективних реформ у сфері державної служби.

8. Формування позитивного іміджу державних службовців вимагає застосування двох основних напрямів: удосконалення кадрової роботи та розробка і впровадження суворих етичних норм професійної діяльності. Для цього необхідно застосовувати сучасні медіа-інструменти, які можуть сприяти формуванню реалістичного та позитивного образу державних службовців, що, в свою чергу, зміцнить авторитет влади в суспільстві.

9. Підвищення іміджу державної служби потребує не лише вдосконалення нормативно-правової бази, а й системної роботи з мотивації праці службовців, їх професійної соціалізації та забезпечення якості наданих публічних послуг. Це створить умови для розбудови соціально орієнтованої системи державної служби, що відповідатиме вимогам сучасного українського суспільства.

10. Для успішного формування позитивного іміджу державних службовців необхідно створити комплексну інформаційно-аналітичну інфраструктуру, яка включатиме організаційні та комунікаційні компоненти, а також навчальні програми для службовців. Лише за умови комплексного підходу до виконання цих заходів можна досягти стійкого позитивного результату, що забезпечить підвищення ефективності роботи державних органів і відновлення довіри громадян до влади.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Адміністративна реформа – історія, очікування та перспективи / упоряд. В. П. Тимошук. К. : Факт, 2002. 100 с.
2. Армаш Н. Особливості відповідальності «державних політичних діячів» : співвідношення політики та закону // Юридичний журнал. 2005. № 11. URL: <http://www.justinian.com.ua> (Дата звернення: 25.10.2024)
3. Атаманчук Г. Про особливості професіоналізму в управлінні // Право та управління. XXI століття. 2012. № 2. С. 56–61.
4. Бакуменко В. Формування державно-управлінських рішень: проблеми теорії, методології, практики : [монографія]. К., 2000.
5. Барна Н. Іміджеологія : навч. посіб. для дистанц. навчання / за наук. ред. В. М. Бебика. К. : Ун-т «Україна», 2007. 217 с.
6. Бебик В. Політичний маркетинг і менеджмент К. : МАУП, 1996. 144 с.
7. Бєлова А. Імідж влади / Х. : Ніка-центр, 2002. 218 с.
8. Білорусов С. Розвиток професіоналізму та визначення ділових якостей державних службовців // Вісн. державної служби. 2005. № 2. С. 32.
9. Боссарт Д. Державна служба у країнах-кандидатах до вступу до ЄС: нові тенденції та вплив інтеграційного процесу [пер. з англ. О. М. Шаленко]. К. : Міленіум, 2004. 128 с.
10. Верех С. Етика поведінки державних службовців: стан, проблеми і шляхи їх вирішення URL: www.kds.org.ua/blog/etika-povedinki-derzhavnih-sluzhbovtsiv-stan-problemi-i-shlyahi-ih-virishennya. (Дата звернення: 25.10.2024)
11. Волошинський Б. Впровадження інституту підготовчої служби як метод поліпшення кадрового забезпечення державної служби в Республіці Польща / Б. Волошинський // Зб. наук. пр. УАДУ / За заг. ред. В. І. Лугового, В. М. Князева. К. : Вид-во УАДУ, 2002. Вип. 2. С. 286–290.
12. Гладун З. Адміністративне право України : навчальний посібник.

Тернопіль : Карт-бланш, 2004. 579 с.

13. Гриненко В. Професійне навчання вищих керівних кадрів для державної служби в зарубіжних країнах // Вісн. НАДУ. 2005. № 3. С. 162–169.

14. Гудзь Є. Авторитет як основне поняття соціальних дисциплін // Мультиверсум. Філософ. альманах. К. : Центр духов. культури. 2006. № 57. URL : www.filosof.com.ua. (Дата звернення: 25.10.2024)

15. Дацик З. Детермінанти розвитку професійної компетентності державних службовців : [На правах рукопису] / ЛРІДУ НАДУ, 2010. 130 с.

16. Державна кадрова політика: теоретико-методологічне забезпечення : монографія / [В. М. Олуйко, В. М. Рижих, І. Г. Сурай та ін.] ; за заг. ред. В. М. Олуйка. К. : НАДУ, 2008. 420 с.

17. Дрешпак В. Знаки та символи в державному управлінні : монографія / О. : ДРІДУ НАДУ, 2010. – 338 с.

18. Етнократологічний словник : Енцикл.-довід. слов. / за ред. О. В. Антонюка, М. Ф. Головатого та Г. В. Щокіна. К. : МАУП, 2007. 576 с.

19. Западинчук О. Формування іміджу державної служби в умовах розвитку інформаційного суспільства // Державне управління та місцеве самоврядування. 2012. № 3 (14). С. 239–247.

20. Засекіна Л. Психолінгвістична діагностика [Текст]: навч. посіб. / Л. В. Засекіна, С. В. Засекін. Луцьк: РВВ «Вежа» Волин. нац. у-ту ім. Лесі Українки, 2008. 188 с.

21. Звіт про підсумки діяльності у 2016 році Головного управління державної служби України : інформ. вид. К. : Центр адаптації держ. служби до стандартів Європ. Союзу при ГУДС України. 128 с.

22. Зінченко О. До питання професіоналізму в державній службі // Вісн. держ. служби України : укр. наук.-практ. журн. К., 2006. № 1. С. 17–20.

23. Кадрова політика і державна служба у сфері публічного управління (регіональний аспект) : монографія / [В. М. Мартиненко, С. М. Серьогін, В. О. Євдокимов та ін.] ; за заг. ред. В. М. Мартиненка. Х. : Магістр, 2008. 304 с.

24. Колосок С. Зв'язки з громадськістю у формуванні іміджу органів

державної влади : Автореф. к. н. з держ. упр. : 25. 00. 01 – теорія та історія державного управління / С. В. Колосок О., 2003. 22 с.

25. Колосок С. Формування іміджу установи в системі державного управління : [Текст] / С. В. Колосок // Актуальні проблеми державного управління : наук. зб. – Вип. III : наук. вид. Одеса : АстроПринт, 2000. С. 84–90.

26. Конституція України: Закон від 28.06.1996 № 254к/96-ВР / Верховна Рада України. 1996. URL : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/254k/96-вр>.

27. Королько В. Основи паблік рілейшнз : посібник / К. : Ін-т соціології НАН України, 1997. 612 с.

28. Краснопорова С. Теоретико-методологічний зміст професіоналізації служби в органах місцевого самоврядування : [моногр.]. К. : Вид-во НАДУ, 2010. 268 с.

29. Крутій О. Психологія та іміджелогія у сфері публічного управління / О. М. Крутій, Т. Б. Хомуленко. Вид-во ХарРІ НАДУ «Магістр», 2009. 108 с.

30. Куйбіда В. Публічна влада на місцевому рівні: стан і перспективи розвитку: навч. посіб. К. : Ун-т «Україна», 2011. 90 с.

31. Липовська Н. Організаційна культура як фактор стабілізації державної служби // Актуал. пробл. держ. упр. : зб. наук. пр. О. : ДРІДУ УАДУ, 2002. Вип. 3 (9). С. 202 – 215.

32. Логунова М. Імідж влади / // Енцикл. держ. управління : у 8 т. / Нац. акад. держ. упр. при Президентові України; наук.-ред. колегія: Ю. В. Ковбасюк (голова) та ін. Т. 8 : Публічне врядування / наук.-ред. колегія: В. С. Загорський (співголова), С. О. Телешун (співголова) та ін. Л. : ЛРІДУ НАДУ, 2011. С. 241–243.

33. Луговий В. На службі професіоналізації державного управління // Вісн. держ. служби. 2003. № 2. С. 18–25.

34. Мельничук Я. Імідж державних службовців // Буковинський вісник державної служби та місцевого самоврядування. 2011. № 1. С. 40–41. (Серія Наукова думка).

35. Митко А. До питання наукових розробок в галузі іміджу та ПР //

Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку. 2009. Вип. 21. – С. 136-140.

36. Могильний С. Інноваційні технології формування позитивного іміджу посадових осіб органів місцевого самоврядування // Актуальні проблеми державного управління. Х, 2010. №2. (40) 6. С. 1-8. (Серія державне управління: аспекти та практики).

37. Морально-етичні засади розвитку державної служби України: європейський та вітчизняний досвід : [монографія] / С. М. Серьогін, О. В. Антонова, І. І. Хожило, [та ін.] ; за заг. наук. ред. проф. С. М. Серьогіна. Дніпропетр. : ДРІДУ НАДУ, 2007. 290 с.

38. Наказ Нацдержслужби Про затвердження Загальних правил етичної поведінки державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування Документ № 1203-16, чинний, поточна редакція Прийняття від 05.08.2016 № 158 // URL : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z1203-16>. (Дата звернення: 25.10.2024)

39. Нижник Н. Державний службовець в Україні: удосконалення підвищення кваліфікації (організаційно-правовий аспект) : монографія /Н. Р. Нижник, В. М. Олуйко, В. А. Яцюк. Львів : Вид-во Національного університету «Львівська політехніка», 2003. 300 с.

40. Нинюк І. Професіоналізм державних службовців: сутність, стан та особливості формування: автореф. дис.... к.н.д.у. : 25.00.03 / К. : Національна академія державного управління при Президентові України, 2005. 20 с.

41. Падафет Ю. Теоретико-методологічний аспект формування іміджу державної установи // Теоретичні та прикладні питання державотворення : електрон. зб. наук. пр. ОРІДУ НАДУ при Президентові України. 2007. № 1. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/tppd/2007-1/07pugids.htm/07pugids.htm>. (Дата звернення: 25.10.2024)

42. Пантелейчук І. Механізми формування та реалізації державної іміджевої стратегії // Державне управління: удосконалення та розвиток : електрон. наук. фах. вид. 2012. № 9. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/index.php?>

operation=8&word. (Дата звернення: 25.10.2024)

43. Пантелейчук І. Формування позитивного іміджу органів державної влади: теорія, методологія, практика : монографія / К. : Альтерпрес, 2011. 316 с.

44. План модернізації державного управління: пропозиції щодо приведення державногоуправління та державної служби України у відповідність із принципами і практиками демократичного урядування /А. Вишневський (кер. авт. кол.), В. Афанасьєва, Р.Гекалюк та ін. ; за заг. ред. Т. Мотренка. К. : Центр адаптації державної служби до стандартів Європейського Союзу, 2010. 396 с.

45. Політологічний енциклопедичний словник /Упорядник В. П.Горбатенко; За ред. Ю. С. Шемшученка, В. Д. Бабкіна, В. П. Горбатенка. [2-е вид., доп. і перероб.]. Х. : Генеза, 2004. 736 с.

46. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо особливостей подання службовими особами декларацій про майно, доходи, витрати і зобов'язання фінансового характеру у 2016 році: Закон України від 15.03.2016 № 1022-VIII / Верховна Рада України. 2016. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1022-19>. (Дата звернення: 25.10.2024)

47. Про державну службу : Закон України від 10 грудня 2015 р. № 889-VIII /Верховна Рада України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/889-19/print>. (Дата звернення: 25.10.2024)

48. Про запобігання корупції : Закон України від 14.10.2014. № 1700-VII /Верховна Рада України. 2014. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1700-18>. (Дата звернення: 25.10.2024)

49. 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. / Національне Агенство України з питань державної служби. 2016. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1203-16>. (Дата звернення: 25.10.2024)

50. Про Концепцію адаптації інституту державної служби в Україні до стандартів Європейського Союзу: Указ; Концепція від 05.03.2004. № 278/2004 / Президент України. 2004. URL :<http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/278/2004>.

(Дата звернення: 25.10.2024)

51. Про початок роботи системи подання та оприлюднення декларацій осіб, уповноважених на виконання функцій держави або місцевого самоврядування Рішення Національного агентства з питань запобігання корупції від 10.06.2016 . № 2 / Національне агентство з питань запобігання корупції. 2016. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0958-16>. (Дата звернення: 25.10.2024)

52. Про правила етичної поведінки: Закон України від 04.07.2013 р. № 406-VII / Верховна Рада України. 2013. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4722-17>. (Дата звернення: 25.10.2024)

53. Про Стратегію державної кадрової політики на 2012 – 2020 роки: Указ Президента України від 01.02.2012 № 45/2012. URL: <http://www.president.gov.ua/documents/14429.html>. (Дата звернення: 25.10.2024)

54. Прокопчук Т. Адаптація законодавства України до *acquis communautaire* URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Mbez/pravo/2010_1/Prokopchuk.pdf. (Дата звернення: 25.10.2024)

55. Професіоналізація державної служби: зарубіжний досвід : навч.-метод. матеріали / [уклад. : В. А. Гошовська та ін.]. К. : НАДУ, 2008. 80 с.

56. Психологічні особливості управлінської діяльності державного службовця в сучасних умовах : навч.-методич. посіб. / [уклад.: С. М. Задорожна, Л. А. Чабак]. Чернігів : ЦППК, 2009. 14 с.

57. Публічна адміністрація в Україні: становлення та розвиток / за заг. ред. А. В. Толстоухова, Н.Р. Нижник, Н. Т. Гончарук ; Секретаріат Кабінету Міністрів України. К. : Монолит, 2010. 400 с.

58. Рудакевич М. Професійна етика державних службовців: теорія і практика формування в умовах демократизації державного управління : монографія / М. Т. : АСТОН, 2007. 400 с.

59. Серьогін С. Державний службовець у відносинах між владою і суспільством : монографія / С. М. Серьогін. О. : ДРІДУ НАДУ, 2003. 456 с.

60. Системи підготовки державних службовців у зарубіжних країнах

/[пер. з англ. Ю.Д. Полянського]. К. : Вид-во УАДУ, 2000. 424 с.

61. Сімеоніді І. Формування іміджу державної служби /І. А. Сімеоніді //Актуальні проблеми державного управління, педагогіки та психології : зб. наук. пр. Херсон, 2010. № 1-2. С. 136–146.

62. Соціологія політики : Енциклопедичний словник / Авт.-упоряд. : В. А. Полтораки, О. В. Петров, А. В. Толстоухов. К. : Вид-во Європ. Ун-ту, 2009. 442 с.

63. Татарінова Н. Про поняття «імідж» та його відмінність від подібних з ним понять «образ», «репутація», «стереотип». 2009.

64. Тихомирова Є. PR-формування відкритого суспільства : Монографія / К. : Наша культура і наука, 2003. 197 с.

65. Ткачук А. Місцеве самоврядування та децентралізація. Практичний посібник ; Швейцарсько-український проект «Підтримка децентралізації в Україні – DESPRO». К. : ТОВ «Софія». 2012. 120 с.

66. Федорів Т. Співвідношення понять імідж і репутація у державному управлінні // Вісник НАДУ. 2011. № 2. С. 25-29.

67. Формування позитивного іміджу органів влади через підвищення якості надання адміністративних та соціальних послуг : наук. розробка / авт. кол. : С. М. Серьогін, В. В. Лола, І. І. Хожило та ін.; за заг. ред. С. М. Серьогіна. К. : НАДУ 2009.32 с.

68. Хабермас Ю. Теорія комунікативної дії // ВісникМДУ. Т. 1. Сер. 7 : Філософія. № 4. С. 43–63.

69. Хаджирадєва С. Професіоналізація державної служби як науково-практична проблема // Актуальні проблеми державного управління: Зб. наук. пр. О. : ОРІДУ НАДУ, 2005. Вип. 4 (24). С. 53–58.

70. Хомуленко Т. Теоритичні та практичні аспекти дослідження іміджу: [монографія] / Т. Б. Хомуленко, Ю. Г. Падафет, О. В. Скориніна. Х. : ВД «ІНЖЕК», 2005. 272 с.

71. Чикаренко І. Європейські стандарти публічного управління: регіональний рівень // Вивчення та впровадження в Україні іноземного досвіду удосконалення діяльності органів влади: Матеріали IV Всеукраїнської науково-

практичної конференції за міжнародною участю, 24 листопада 2009. Ч. 1. Полтава : Полт. НТУ, 2009. С. 133–135.

72. Шпекторенко І. Професійна мобільність державного службовця : монографія. О. : Моноліт. 2009. 242 с.

73. Шульга М. Репутація державних службовців у громадській думці // Вісн. держ. служби України. 2003. № 2. С. 40-46.

74. Янюк Н. Принципи державної служби як основа її професійності і стабільності // Вісн. Львівського у-ту. 2009. Вип. 48. С. 119.

75. Dalton J. Reputation Management: A Holistic Bussiness Tool // Retrieved December 15, 2008, from London School of Public Relations. URL: <http://www.pr-school-london.com/index.php?page=reputation>. (Дата звернення: 25.10.2024)