

Сінчук Анжеліка Артурівна
angie.sinchuk@gmail.com

Науковий керівник:
Іщенко А. М., ст. викл.
ФСП КПІ ім. Ігоря Сікорського

ПОЗИТИВНИЙ ІМІДЖ ДЕРЖАВНОГО СЛУЖБОВЦЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ПАРТНЕРСЬКИХ СТОСУНКІВ МІЖ ОРГАНАМИ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ ТА НАСЕЛЕННЯМ

Для державного службовця як особи, яка фактично представляє державу в процесі реалізації своїх службових обов'язків і повноважень, одним з ключових завдань є побудова позитивного іміджу державної служби, розбудова довірливих стосунків з суспільством, що засновані на взаємній повазі. Створення позитивного іміджу – процес тривалий, який вимагає кропіткої роботи і постійної відповідності дій та вчинків такої особи до законодавства та етичних норм, де будь-який хибний крок може зруйнувати всі попередні досягнення.

Переоцінити значення іміджу для державних службовців неможливо, оскільки він є індикатором схвалення державної політики суспільством. Він демонструє рівень довіри населення до органів державної влади, наявність якої значно полегшує процес взаємодії держави та її громадян. За допомогою позитивного іміджу можна здійснювати вплив на переконання, погляди та стереотипи, які побутують у суспільстві. Фактично, він є одним з найбільш дієвих засобів керування громадськістю.

Однак не варто сприймати імідж як явище, яке здійснює виключно односторонній вплив – на сприймаючу аудиторію: значну роль він відіграє також в процесі особистісного розвитку самого державного службовця. Позитивний імідж, схвалення дій державного службовця з боку суспільства додають йому впевненості в собі, що проявляється через активність та ініціативність у своїй професійній діяльності. Це одна з основних функцій іміджу, яка допомагає зберігати відданість державного службовця його професійній діяльності.

Зважаючи на важливість формування іміджу для державних службовців, його побудова має відбуватися з дотриманням визначених базових принципів. Зокрема, виділяються такі з них як: принцип державної допомоги і підтримки,

стратегічність, справедливість, стабільність та системність [2, с. 22]. Сукупність і взаємодія цих принципів передбачає, що імідж державних службовців повинен будуватися обдуманно та зважено, забезпечуючи його життєздатність в майбутньому та не допускаючи вчинення корупційних дій.

Формування іміджу державного службовця є складним процесом, адже значну роль в ньому відіграють реакції та сприйняття суспільства. Тому задля ефективного створення бажаного іміджу держслужбовця, варто дотримуватися послідовності, логічності і діяти поетапно. Спершу необхідно визначити сприймаючу аудиторію, з'ясувати її бажання та потреби: від правильності визначення вимог громадськості залежить успіх усієї іміджевої кампанії. Наступним кроком є дослідження реальних позитивних та негативних сторін об'єкта, імідж якого створюється. Це є необхідним для розуміння та висвітлення рис і якостей, на яких варто зосередити увагу суспільства, а які варто приховати. Далі відбувається безпосереднє виявлення та порівняння наявних і бажаних характеристик, що допомагає зрозуміти, які якості та риси варто набути для створення необхідного образу. Після цього здійснюється підбір спеціальних інструментів та технік, за допомогою яких буде створено бажаний імідж. І заключним етапом є створення та коригування образу [1, с. 174]. Варто додати, що стан іміджу потрібно постійно моніторити та контролювати за рахунок отримання зворотної реакції на об'єкт іміджу від громадян і підлаштовувати імідж під їх очікування.

На практиці створення позитивного іміджу державного службовця найчастіше здійснюється за допомогою використання PR-інструментів, засобів діджиталізації та акцентування уваги на інколи гіперболізованих, штучно підсилених особистісних рисах. Зокрема, до першої групи методів відноситься створення позитивних меседжів та повідомлень для населення: регулярні офіційні привітання зі святами, висловлення і вираження уваги громадськості – це забезпечує формування враження турботи про населення зі сторони органів державної влади. Створення веб-сайтів для владних державних органів належить до другої групи: такі методи допомагають ефективно висвітлювати роботу державних службовців і звітувати населенню про їх діяльність, що створює підвалини для формування довіри і поваги між держслужбовцями та громадськістю. Третя ж група методів полягає у підкресленні позитивних рис державного службовця, на яких зосереджується акцент при безпосередньому контакті з громадянами. Сюди належить зовнішня привабливість, привітність та гарний настрій тощо, адже зовнішньо привабливі люди швидше і легше

встановлюють контакт з іншими, підсвідомо одразу викликаючи симпатію до себе.

Отже, формування позитивного іміджу є надзвичайно важливим для державних службовців, оскільки вони у своїй діяльності представляють країну, що дає можливість формувати імідж держави в цілому. Позитивний імідж державних службовців забезпечує отримання підтримки від населення, формування поваги і довіри з їх боку, що виступає основою для створення партнерських стосунків. Саме активна взаємодія та співпраця з суспільством може забезпечити ефективне здійснення державної політики, реалізацію політичних чи економічних реформ тощо.

Отже, імідж державного службовця безпосередньо впливає на результативність та ефективність функціонування усіх органів державної влади. Тому сьогодні, за умов існування кризових явищ у суспільстві та реформування системи державної служби, підтримка і корекція позитивного іміджу є одним з найбільш актуальних і важливих завдань для державних службовців усіх категорій.

Список використаних джерел:

1. Королько В. Г. Паблік рілейшнз. Наукові основи, методика, практика. К.: Видавничий дім «Скарби», 2001. 400 с.
2. Ларіна Н. Імідж як комунікативна основа позиціонування влади. Вісник державної служби України, 2013. № 2. С. 20–23.