

ОСОБЛИВОСТІ ІМІДЖУ ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ

FEATURES OF THE IMAGE OF STATE SERVICE

У статті здійснено науковий аналіз деяких особливостей іміджу державної служби, які розкриті в сутності самого інституту державної служби, змісті, структурі та функціях іміджу державної служби.

This article carried out a scientific analysis of some features of the image of state service, which are discovered in essence of the state power institution, content, structure and functions of the image of state service.

Ключові слова: державна служба, імідж державної служби, корпоративний імідж, структура державної служби, функції іміджу державної служби.

Key words: state service, image of state service, corporate image, structure of state service, functions of the image of state service.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Феномен іміджу досліджується у багатьох суспільствознавчих науках — філософії, економіці, психології, соціології тощо. І якщо спочатку потреба в цілеспрямованому формуванні іміджу відчувалася в економічній сфері, то згодом стало очевидним, що владні структури також потребують створення певного сприйняття суспільством свого образу. Сьогодні термін "імідж" міцно укоренився у вітчизняному політологічному мисленні, позначаючи важливі явища політичного життя суспільства: "імідж політичного лідера", "імідж політичної партії", "імідж держави", "імідж державного службовця", "імідж державної служби" тощо.

Під іміджем прийнято розуміти певний образ об'єкта, що формується під впливом тих чи інших факторів у масовій чи індивідуальній свідомості. Для кожного політичного феномена такий образ має свої особливості. Імідж державної служби є одним із необхідних складових елементів, що забезпечує стабільність різноманітних сфер суспільного життя, стійкість системи влади, передбачуваність державного управління. Формування позитивного образу державної служби є також одним із першочергових завдань у проведенні адміністративних реформ, у тому числі українського державотворення.

Проблема іміджу державної служби, будучи давньою за історичним виміром, стала предметом наукових диспутів у сучасному розумінні нещодавно: з 60-их років минулого століття у західних наукових дослідженнях та з 80—90-х — у країнах пострадянського простору. Очевидно, відстроченість у декілька десятків років щодо країн колишньої соціалістичної співдружності можна пояснити браком достатньої власної політичної практики. Проте, вже сьогодні однаково актуальною є тенденція цілеспрямованого формування образу, іміджотворення, який має потужний потенціал для маніпулювання суспільною свідомістю, тому потребує ґрунтовних наукових досліджень.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Науковою розробкою цієї проблеми займалися як вітчизняні, так і зарубіжні вчені: С. Верех, В. Дрешпак, О. Зінченко, С. Колосок, І. Колосовська, Я. Могильний, М. Логунова, В. Лола, Ю. Падафет, О. Панасюк, І. Пантелейчук, Є. Позднишев, Г. Почепцов, Є. Ромат, С. Серьогін, А. Цуладзе, В. Шепель та ін. Ученими зроблена спроба у різних моделях довести необхідність створення іміджу як необхідної передумови трансформації на якісно нові рівні культурних, соціальних та політичних відносин з громадськістю.

Аналіз існуючих наукових джерел, присвячених теоретичним аспектам державної служби, свідчить про необхідність поглиблення комплексного вивчення іміджових проблем державної служби. Потреба адаптації державної служби до стандартів Європейського Союзу зумовлює необхідність переосмислення ряду науково-теоретичних положень щодо державної служби, розробки адекватного понятійно-категоріального апарату та теоретико-методологічної бази.

МЕТА СТАТТІ

Метою статті є дослідження особливостей іміджу державної служби як важливого інституту політичної системи суспільства. Задля досягнення поставленої мети вважаємо за потрібне розглянути, насамперед, сутність самого інституту державної служби, який і спричиняє особливості формування його іміджу.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Найґрунтовніші наукові розвідки у галузі теорії державної служби припадають на II половину XX — початок XXI століть, серед яких важливо виокремити декілька популярних підходів у розумінні державної служби, зокрема, діяльнісно-функціональний, інституційний.

Поширений у науковій літературі діяльнісно-функціональний підхід до пояснення державної служби має усталене закріплення і в законі України "Про державну

службу" 1993 року: "професійна діяльність осіб, які займають посади в державних органах та їх апараті щодо практичного виконання завдань і функцій держави та одержують заробітну плату за рахунок державних коштів" [1, ст. 1].

Отже, основний нормативно-правовий акт, що регулює державно-службові відносини в нашій державі, визначає державну службу, насамперед, як професійну діяльність, один із видів соціальної діяльності людини. Під останньою розуміють діяльність, що ґрунтується на спеціальних уміннях та знаннях. Провідні вітчизняні науковці у галузі державного управління у трактуванні державної служби відштовхуються саме від цього нормативного імперативу, доповнюючи його власними уточненнями.

Цікаве спостереження робить Г. Атаманчук, пропонуючи розглядати державну службу як практичну і професійну участь громадян у здійсненні цілей і функцій держави шляхом виконання обов'язків на державних посадах, створених у державних органах [2, с. 113].

Зважаючи на важливість змістовного наповнення діяльнісно-функціонального бачення державної служби, варто також зауважити, що цей підхід водночас "розчиняє" багато важливих аспектів комунікацій на державній службі, ускладнює її цілісне сприйняття. До певної міри доповнити невиключені аспекти покликаний інституційний підхід, який переносить акцент з розуміння державної служби не лише як процесу чи діяльності на бачення її як сукупності елементів, що взаємодіють між собою.

Державна служба як система соціальних інститутів включає такі інститути, як організаційно-управлінський, соціально-економічний, соціально-правовий, державних соціальних послуг, інформаційно-комунікативний, інтелектуально-духовний. В якості системи соціальних інститутів державна служба взаємодіє з найважливішими інститутами суспільства і багато в чому сприймає їх вплив через уточнення цілей і завдань, а також умов своєї діяльності.

Виходячи з критеріїв інституційного підходу, С. Серьогін визначає державну службу як організаційно-управлінський, політичний та соціальний інститут держави, що забезпечує комплекс відносин між окремими громадянами, громадянами та їх спільнотами, між державами, використовуючи при цьому державні владні ресурси. Система державної служби постає комплексною структурою — "владу для ..." (чим забезпечує сам процес спільної діяльності) та "владу над..." (що обмежує інтереси суб'єктів з метою реалізації самої можливості спільної діяльності) [3, с. 30—32].

Інституційний підхід як такий, що пропонує нові пізнавальні можливості, є актуальним як для теоретичних розвідок, так і для практичного іміджотворення у сфері державної служби. При цьому інституалізація полягає у впорядкуванні та формалізації усталених відносин між її елементами.

Аналіз існуючих підходів до трактування державної служби свідчить, що триває становлення теоретичного конструкту названого феномену, а кожна зі згаданих концепцій складає значущу сторону майбутньої моделі державної служби. З цього приводу слушно зауважує І. Шпітун: "діяльність", "робота", "механізм", "інститут" — розбіжність у трактуваннях державної служби не є випадковою. З одного боку, дискурсивне розходження у підходах до родовидової належності

свідчить про те, що означений феномен перебуває у процесі становлення, з іншого — відображає місце, точніше, невизначеність місця державної служби в державі та суспільних відносинах [4, с. 3].

Отже, розуміючи під поняттям "державна служба" сукупність соціальних інститутів, що здійснюють реалізацію різноманітних державних функцій, надання публічних послуг громадянам, забезпечуючи взаємодію громадян і держави, постає завдання дослідити сутність іміджу державної служби та з'ясувати, у чому полягають його особливості.

Розкриваючи інституційний характер державної служби, зауважимо, що названим інститутам на практиці не відводиться строго визначеного місця у структурі державної служби, адже вся державна служба виступає в ролі того або іншого соціального інституту і цим розкриває свою багатогранну сутність.

Імідж як теоретичний конструкт відзначається символічним, емоційним, стереотипним, динамічним характером, обов'язково є адресним, тобто спрямований на певну цільову аудиторію, а тому володіє високою регулюючою силою. Остання характеристика іміджу свідчить і про те, що він є модельованим відображенням уже існуючого образу. Російські автори О.Перелигіна і А. Панасюк дійшли висновку, що імідж є формою, яка не може замінити реальну сутність, а лише допомагає в її донесенні до аудиторії.

Імідж державної служби як комплексне явище переважно визначають характеристикою корпоративності. Під корпорацією розуміється організація чи група організацій, об'єднаних спільними і формалізованими, найчастіше економічними, соціальними, політичними інтересами. Прийнято поняття "корпорації" застосовувати насамперед до комерційних структур, однак не виключається можливість його застосування і в інших значеннях.

Так, державна служба, як зазначалося вище, — це політична інституція, безперечно, до певної міри є "корпорацією" у тому розумінні, що будучи сукупністю окремих установ, по суті виступає сукупним образом, системою зусиль, спрямованих на реалізацію інтересів цієї корпорації у внутрішньому і зовнішньому середовищі.

Корпоративність як особливість іміджу державної служби означає і те, що імідж організації (наприклад, державної установи) у великій мірі створюється людьми, котрі в ній працюють, відтак, узагальнюючий образ цієї організації асоціюється зі сферою їхньої діяльності (державною, загалом).

З огляду на те, що термін "імідж" характеризується багатогранністю трактування, великою кількістю властивих ознак, специфікою розуміння щодо кожного його носія та особливістю сприйняття різними групами корпоративної аудиторії, а державна установа є специфічною організацією, яка має свої відмінності, характерними ознаками її іміджу Ю. Падафет називає: цілісність (нерозривна єдність елементів), наявність зовнішньої та внутрішньої форм прояву, неоднорідність аудиторії сприйняття, взаємозв'язок з іншими іміджовими системами [5, с. 3]. І далі робить висновок про те, що, згідно функціональному підходові щодо класифікації іміджу, найбільш характерним його типом для державної владної структури є корпоративний.

Імідж державної служби — це імідж державної служби — це комплексне уявлення про державну служ-

бу, що складається на основі збереженої у пам'яті інформації про її візуально-вербальний, діяльнісний та емоційний образ, може змінюватися відповідно до зовнішніх обставин, і що в цілому визначає ставлення населення до держави.

Корпоративний імідж складається з двох складових: зовнішнього і внутрішнього іміджів. Дуже важливо стежити за тим, щоб весь каркас іміджу корпорації зводився одночасно, скоординовано і в суворій взаємодії його складових.

Про ключову роль структури будь-якої іміджової системи говорить С. Колосок, виділяючи вісім компонентів іміджу органів державного управління, у тому числі, державної служби.

1. Діловий імідж організації — це уявлення про організацію як суб'єкта ділової активності. Як складові ділового іміджу організації виступають повнота і своєчасність наданих послуг громадянину.

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

3. Внутрішній імідж організації — це уявлення співробітників про свою організацію. Основними детермінантами внутрішнього іміджу є культура організації і соціально-психологічний клімат.

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

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

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

7. Соціальний імідж організації — це уявлення широкої громадськості про соціальні цілі й роль організації в економічному, соціальному і культурному житті громадськості.

8. Імідж послуги — це уявлення людей стосовно особливих характеристик, якими є ці послуги [6, с. 87].

Хоч по-різному дослідниками пояснюється структура іміджу державної служби, однак необхідними є персональні, соціальні і так звані символічні блоки, котрі, на думку Т. Грінберг, можна диференціювати за принципом об'єктивності характеристик та суб'єктивності.

1. Умовно-статистичні (їх можна віднести до об'єктивних):

- природно-ресурсний потенціал;
- національні та культурні здобутки суспільства;
- геополітичні параметри;
- історичні події, що вплинули на розвиток державності;

— базова форма державного устрою та структура правління.

2. Умовно-динамічні (їх можна віднести до суб'єктивних):

— соціально-психологічні настрої, що переважають у суспільстві;

— моральні аспекти розвитку суспільства;

— стійкість економіки (оцінюється комплексом показників динаміки ВВП, рівнем доходів населення, фінансовою забезпеченістю бюджету, гарантією прав і свобод усіх секторів економіки);

— правовий простір та його відповідність міжнародним вимогам;

— функції, повноваження та механізми державного регулювання різноманітних сфер діяльності (ефективність владної конструкції) [8].

Умовно-статистичні та умовно-динамічні характеристики авторка, відповідно, відносить до персонального та соціального блоку. Якщо перший визначається певною заданістю і, як правило, при формуванні іміджу практично не піддається корекції, то соціальний блок схильний до трансформації. Важливе зауваження додає Т. Грінберг стосовно персональних характеристик, які хоч і є переважно незмінними, однак можна корегувати ракурс сприйняття їхнього змістовного наповнення.

Третій блок, символічний, може вміщати і персональні, і соціальні параметри, насамперед, характеристики-константи, що склалися історично, або ж "закладені" в імідж національні образи-символи, пов'язані з географічними, цивілізаційними, історико-культурними, етнорелігійними особливостями [7].

Іншими словами, імідж державної служби визначається певною сукупністю ознак, що характеризують її діяльність. Для іміджу важлива не сама характеристика, а те уявлення, яке можна створити про неї професійними засобами і яке забезпечує позитивне враження.

Загалом, структуру іміджу державної служби варто розглядати принаймні у двох важливих вимірах: з точки зору суб'єктності (імідж державного службовця, імідж державної установи, імідж держави) та з точки зору змістовного наповнення (візуально-вербальний, діяльнісний, емоційний компонент).

Особливість іміджу державної служби становлять і функції, які він виконує. Під функціями іміджу державної служби пропонуємо розглядати його здатність виконувати певну роль у політичній системі суспільства. Виконуючи найважливіше своє призначення, — конструювання у суспільній свідомості певного уявлення про державну службу — імідж державної служби також виконує ряд інших важливих функцій, серед яких можемо виокремити наступні.

1. Регулятивна.

Політична система суспільства складається з цілої множини взаємозв'язків та складних взаємодій, регулювання яких є однією з найважливіших функцій державних інститутів. Така регуляція в основному направлена на досягнення взаємної довіри, що об'єднує всіх учасників цих стосунків. Продуманий позитивний імідж державної служби успішно може налагоджувати регулятивні процеси, викликаючи у населення сприятливі асоціації з позитивними характеристиками діяльності важливого державного інституту, що відповідає за реалізацію державних функцій.

Імідж, що викликає у населення упевненість у якості, надійності, відповідальності державної служби, має потенціал спонукальної дії громадян у потрібному напрямі, наприклад, підтримці державних реформ.

2. Індикаторна.

Тісно пов'язана з попередньою, індикаторна функція свідчить про те, що імідж державної служби є певним показником довіри/недовіри населення до влади. Оскільки в основі іміджу важливе місце займає довіра, то імідж державної служби служить непрямим показником стану, ступеня актуалізації й задоволення суспільних потреб, легітимізації державної влади.

Високий рівень довіри населення до державних службовців свідчить про стабілізацію соціально-політичної ситуації, підвищення рівня взаємодії державних структур і суспільства, покращення соціального самопочуття державних службовців, якості роботи державного апарату.

3. Інформативна.

Імідж державної служби також здійснює інформування суспільства, що забезпечує природну потребу людей у володінні інформацією про навколишнє середовище. У даному випадку інформація стосується самого інституту державної служби, її особливостей, механізмів функціонування, тенденцій розвитку тощо. Інформуючи суспільство про стан державної служби, імідж сприяє формуванню загальної картини навколишнього світу для громадян країни, знімає невизначеність, примножує розуміння та інтерес суспільства, сприяючи репутації; таким чином попереджає негативні переживання.

Важливо, що інформація може бути як об'єктивною, так і необ'єктивною. Деякі ознаки можуть цілеспрямовано виділятися, добудовуватися, приписуватися. Імідж можна розглядати як різновид згорнутого повідомлення: значний об'єм інформації, яку несе об'єкт через імідж, зводиться до обмеженого набору символів. Символічність — це ще одна характеристика іміджу.

4. Презентативна.

Фахівці стверджують, що головною функцією ефективного іміджу є формування позитивного відношення до когось-небудь або чогось-небудь. Імідж повинен викликати потрібне або задумане враження. Для іміджу державної служби це враження повинно відповідати конкретній меті і, як правило, відповідати загальній стратегії державної політики. Імідж державної служби спрямований на те, щоб викликати у суспільства позитивне сприйняття державної служби як важливого інституту політичної системи, який, до певної міри, є уособленням самої держави. Відтак, імідж державної служби презентує сам інститут державної служби, є складовою іміджу держави.

5. Ресурсна.

Реалізація ресурсної функції розкривається у тому, що імідж державної служби сприяє мобілізації та продуктивному використанню трудових, матеріальних, інформаційних та інших ресурсів для ефективного її функціонування. Зокрема, позитивний імідж, підвищуючи престиж державної служби, може сприяти залученню кваліфікованих кадрів, працівників установ державної служби.

6. Комунікативна.

Розгляд цієї функції виходить із того, що сама державна служба — це об'єднуюча ланка між державою і громадянином, покликана захищати права й свободи останніх.

Відтак, імідж державної служби як уявлення про неї у свідомості населення, — це теж своєрідна форма відображення суспільних зв'язків і відносин, показник ступеня гуманності, людяності, існуючих в суспільстві порядків. Ключову роль відіграють безпосередні контакти громадян з представниками влади, які є суб'єктивним підґрунтям формування оціночного судження про імідж органів державної влади та їх представників — службовців.

Досліджуючи проблему іміджу як інтегруючої ланки між людиною та аудиторією, Г. Сорокіна відмічає, що імідж створюється з конкретною метою — справити враження, щоб сформувати у людей потрібну думку про себе, а звідси — і відношення. Причому це не лише картинка нас, а й обіцянка відповідності зовнішнього вигляду внутрішньому змісту, певній моделі поведінки. Інакше кажучи, потрібно "бути, а не здаватися".

7. Організуюча.

Стосується, насамперед, внутрішньої організації і полягає у здатності іміджу об'єднувати суб'єктів всередині одного статусу, професії; виражати індивідуальність — певну місію як основу корпоративної ідентичності.

Внутрішні функції відображають спрямованість іміджу на внутрішнє середовище, на самооцінку співробітників і їх відношення до роботи: мотивація приналежності до організації; психологічний захист і підтримка високої самооцінки. Тут виявляється взаємозв'язок внутрішнього і зовнішнього видів іміджу.

Теоретичне дослідження особливостей іміджу державної служби в інтегративному вимірі викликає особливе зацікавлення, оскільки завдяки йому можна досягти позитивних змін розвитку інституту державної служби, зокрема, формуванню його позитивного образу, а тому заслуговує на подальші наукові розвідки.

Література:

1. Закон України "Про державну службу" від 16 грудня 1993 р. // Голос України. — 1994. — 5 січ.
 2. Атаманчук Г.В. Сущность государственной службы: история, теория, закон, практика: монография / Г.В. Атаманчук. — М.: РАГС, 2002. — 272 с.
 3. Сergygin С. М. Державний службовець у взаємовідносинах між владою і суспільством: монографія / С.М. Сergygin. — Д.: ДРІДУ НАДУ, 2003. — 456 с.
 4. Шпитун І.І. Науково-світоглядні аспекти феномена "державна служба" [Електронний ресурс] // Публічне адміністрування: теорія і практика. — 2009. — № 2. — Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/e-journals/Patp/2009_2/09siifds.pdf
 5. Падарет Ю.Г. Механізм формування іміджу державної установи: дис. канд. наук з держ. упр.: 25.00.02 / Національна академія держ. управління при Президенті України; Харківський регіональний ін-т держ. управління. — Х., 2005.
 6. Колосок С.В. Зв'язки з громадськістю у формуванні іміджу органів державного управління: автореф. дис. канд. наук з держ. упр.: 25.00.01 / Нац. акад. держ. упр. при Президенті України. — К., 2003. — 24 с.
 7. Гринберг Т. Образ страны или имидж государства: поиск конструктивной модели [Електронний ресурс] // Медіаскоп. — 2008. — № 2. — Режим доступу: <http://www.mediascope.ru/node/252>
- Стаття надійшла до редакції 23.01.2013 р.*