

8. **Foreign Operations Appropriated Assistance: Ukraine.** – Режим доступу : [www.state.gov/p/eur/rls/fs/167380.htm](http://www.state.gov/p/eur/rls/fs/167380.htm).

9. **Keen M. F.** *Stalking the Sociological Imagination: J. Edgar Hoover's FBI Surveillance of American Sociology* / Mike Forrest Keen. – Westport, Conn : Greenwood, 1999. – 248 p.

Надійшла до редколегії 15.08.12

УДК 35.08:17.02.1

Людмила ЯЦУБА

Головне управління державної служби України в Дніпропетровській області

### РЕПУТАЦІЯ ДЕРЖАВНОГО СЛУЖБОВЦЯ ЯК СКЛАДОВА ІМІДЖУ ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ

Визначається поняття «репутація державного службовця» та вивчається механізм формування позитивного іміджу державної служби. Обґрунтовуються організаційно-функціональні, соціальні та інші складові процесу формування позитивного іміджу органів влади та місце в цьому процесі репутації державного службовця.

**Ключові слова:** державний службовець, репутація, ділова репутація, репутація державного службовця, імідж державної служби.

**Людмила Яцуба.** Репутация государственного служащего как составляющая имиджа государственной службы

Определяется понятие «репутация государственного служащего» и изучается механизм формирования положительного имиджа государственной службы. Обосновываются организационно-функциональные, социальные и другие составляющие процесса формирования положительного имиджа органов власти и место в этом процессе репутации государственного служащего.

**Ключевые слова:** государственный служащий, репутация, деловая репутация, репутация государственного служащего, имидж государственной службы.

**Liudmyla Yatsuba.** Reputation of public servant as a component of the image of public service

The definition of «reputation of a public servant» and the mechanism of formation of positive image of public service are identified. The scientific and functional, social and other components of the process of forming a positive image of authorities and place in this process image of the public servant are justified.

**Key words:** civil servant, reputation, goodwill, reputation of a public servant, the image of public service.

Сьогодні відносини громадян із державною владою не можна назвати партнерськими, побудованими на довірі та співпраці. Усе більше випадків, коли сторони не можуть знайти вихід із якої-небудь ситуації,

що супроводжується виникненням напруження в суспільстві, безкінечними страйками громадян, наріканнями на державну владу та претензіями до будь-яких дій державних службовців, непідтриманням державних програм тощо. Складність ситуації полягає ще й у тому, що змінювати думку людей щодо іміджу державної служби набагато складніше, ніж її формувати, але можливо. Підвищення довіри громадян до державної влади має ключове значення в процесі побудови демократичної правової держави і громадянського суспільства.

Цю проблему розглядали як вітчизняні, так і зарубіжні фахівці. Це, зокрема, М. Спіллейн, Л. Браун, які досліджували зовнішній аспект формування іміджу. П. Берд, Г. Даулінг розглядали вплив іміджу на ефективність діяльності організації. Ряд праць науковців присвячена питанням формування іміджу, а також формуванню політичного іміджу, серед них: О. Перелигіна, А. Панасюк, Г. Почепцов, В. Шепель, А. Трубецький, В. Бебик, М. Головатий, А. Жмиріков, В. Королько, В. Лісничий, О. Феофанов, Б. Кухта, Л. Приходченко, Т. Хомуленко. І. Гофман досліджував імідж як філософську категорію. Щодо питання іміджу у сфері державного управління, то його вивчали такі вчені: С. Колосок, І. Колосовська, Т. Пахомова, Є. Ромат, Л. Руйс-Мендісаль та ін. Проте, незважаючи на велику кількість досліджень з цього питання, не приділяється достатньої уваги механізм формування іміджу органів державної влади та створення позитивної репутації державних службовців як складових цього іміджу в контексті підвищення рівня довіри до державної служби з боку громадськості.

Метою статті є визначення поняття «репутація державного службовця» та наближення до найбільш ефективного механізму формування репутації державного службовця як складової іміджу державної служби.

Зазначена проблема повинна розглядатись через систему оцінок влади громадянами, оскільки імідж влади та державної служби формується у свідомості громадян на підставі особистісних уявлень та вражень, які мають суб'єктивний характер та є фактором довіри суспільства до влади. Так, С. М. Сьєрогін визначив, що поняття «імідж держави, державної влади» є корпоративним уявленням громадян, що формується в громадській думці творами мистецтва, засобами масової інформації та PR-технологій і інтегрується як з окремих образів державних осіб, так і з оцінок діяльності гілок і органів влади, стану загальнодержавної політики та рівня її соціальної спрямованості. Таким чином, говорячи про імідж, ми маємо враховувати можливості й наслідки досить відчутного зовнішнього впливу, конструктивної складової, в якій має бути зацікавлена, перш за все, сама влада. У такому випадку імідж влади має бути підкріпленим позитивними образами державних службовців [5, с. 26]. Учений зазначив, що імідж влади формується у свідомості громадян у результаті оцінок, по-перше, об'єктивно існуючої

системи влади, а по-друге – суб'єктивного сприйняття образів державних службовців, які створюються в суспільній думці. Тобто узагальненими складовими цього іміджу є:

– особистісні враження про державних осіб, які перебувають у зоні досяжного спілкування;

– уявлення про організацію влади, державні установи та державних осіб, що виникають у свідомості громадян під впливом засобів масової інформації, творів мистецтва, літератури тощо [5, с. 9].

І. А. Сімеоніди вважає, що складові іміджу державної установи доцільно класифікувати за трьома компонентами:

– когнітивним (враження від спілкування зі службовцем, аналіз діяльності установи);

– емоційним (відчуття на емоційному рівні – наприклад, від звучання гімну держави в установі);

– образним (візуальне сприйняття).

У цьому контексті виявляється можливим визначити імідж державної установи як комплексного образу, що складається із зовнішніх та внутрішніх елементів сприйняття, формування якого спрямовується на суспільну свідомість різних груп аудиторії шляхом актуалізації низки конкретних характеристик з метою створення сприятливих умов щодо позитивного оцінювання корпоративними групами діяльності організації [6].

На думку С. Колоска, поняття іміджу включає дві складові: описову (інформаційну), що є уявленням реципієнта про суб'єкт; ціннісну, яка існує незалежно від будь-якої інформації про організацію. Структура іміджу органу державного управління включає шість компонентів (складових): діловий імідж організації, імідж керівника, імідж персоналу, візуальний імідж організації, соціальний імідж організації, імідж послуги [2].

Отже, можна сказати, що імідж органу державної служби та державної служби в цілому утворює, зокрема, імідж окремого державного службовця. Більш широким поняттям, аніж імідж, є репутація. За визначенням С. І. Ожегова, репутація у звичайному розумінні – це набута ким-небудь, чим-небудь загальна оцінка, що створилася, загальна думка про якості, достоїнства і недоліки когонебудь, чого-небудь [3]. Спочатку слово «репутація» застосовувалося, коли йшлося про сприйняття, моральну оцінку окремої людини. Останніми роками термін «репутація» (або «ділова репутація») все частіше використовують у фінансово-економічній, політичній та державній сферах діяльності.

Згідно зі статтею 2 Закону України «Про банки і банківську діяльність», ділова репутація – це сукупність підтвердженої інформації про особу, що дає можливість зробити висновок про професійні та управлінські здібності такої особи, порядність та відповідність її діяльності вимогам закону.

Саме репутація формується й існує в просторі суспільного дискурсу як соціальне уявлення, визначаючи суспільні переваги. Тому вивчення репутації

дозволяє поглибити розуміння закономірностей політичного вибору, формування довіри й недовіри до суб'єктів влади, оцінювання ефективності та надійності влади, а також посадових осіб органів державної влади. Репутація являє собою суб'єктивне й колективне оцінювання надійності колективного або індивідуального суб'єкта з такими характеристиками [7]:

– репутація – це характеристика другого порядку, похідна від індустріальної системи, яка чітко відображає виникаючий статус суб'єкта репутації в організаційному полі;

– репутація – це зовнішнє відображення внутрішньої колективної ідентичності діяльності суб'єкта, яка, у свою чергу, є результатом усвідомлення працівниками ролі органу державної влади в суспільстві;

– репутація підсумовує оцінки ефективності діяльності в минулому різними експертами, звертає увагу на можливості та здатність суб'єкта діяльності (державного службовця) задовольняти різні критерії;

– репутація складається з численних, але взаємопов'язаних образів суб'єкта у свідомості всіх зацікавлених сторін і відображає його загальну привабливість для співробітників, споживачів і громадськості;

– репутація є втіленням двох фундаментальних вимірів ефективності суб'єкта репутації – оцінки його досягнень і визначення його успішності у спеціальній галузі діяльності.

Як пишуть Д. Берницька та Н. Кравчук у своїй статті «Ділова репутація як стратегічний чинник розвитку підприємства», серед науковців немає єдиної думки стосовно того, чи існують технології формування репутації, чи лише імідж піддається цілеспрямованому конструюванню. Більшість з них схиляються до того, що імідж формується постійно й активно, репутація – з плином часу. Проте репутацію можна формувати продуманими послідовними діями, і тоді в повсякденному житті вона дає змогу підприємству продуктивно працювати, а в складних ситуаціях – не зазнавати великих втрат. Стійка позитивна репутація створює для суб'єкта (людини чи організації) ряд додаткових переваг: йому довіряють, а того, кому довіряють, хочуть слухати; за наявності альтернативного вибору його вибирають першим; з ним хочуть взаємодіяти. Більше того, якщо організація з високою репутацією допустить помилку, то за правильних дій не втратить довіри. Тому відомі фірми не бояться повідомити про помилку клієнтам, вибачитися перед ними й зробити все для того, щоб вона не повторилася [1].

Н. М. Малєїна під поняттям «ділова репутація» розуміє сукупність якостей та оцінок, «з якими їх носій асоціюється в очах своїх контрагентів, клієнтів, споживачів, колег по роботі, прихильників (для шоу-бізнесу), виборців (для виборних посад) та персоніфікуються серед інших професіоналів у цій галузі» [4, с. 18].

Сучасні психологічні методи дозволяють розкрити зміст і описати форми існування та функціонування репутації, а також впливати і на її формування. Формування репутації можна розглядати як керований

планомірний процес. Виділяють такі етапи формування репутації, як постановку цілей, оцінку цінностей органу державної влади, оцінку інтелектуальних і поведінкових активів керівництва та ін. Його складові: бажана репутація (передбачення); справжня репутація (самопізнання); розвиток репутації; створення репутації; захист репутації.

А. Трубецький розглядає репутацію як ключовий ресурс управління, що дає серйозну конкурентну перевагу. Основу репутації становить сприйняття вже доконаних фактів, оцінка реальних справ. Якщо імідж значною мірою декларативний, то репутація відображає те, як виконуються і реалізуються обіцянки.

Для того щоб репутація могла залишатися стабільною, імідж повинен постійно коректуватися, але неодмінно в межах тієї самої системи моральних цінностей, яка забезпечила формування позитивної репутації. Це пояснюється таким [3]:

1) система цінностей завжди буде більшою чи меншою мірою стабільною в часі, оскільки ґрунтується на стійких уявленнях, які, у свою чергу, базуються на особливостях менталітету;

2) для збереження досягнутих позитивних оцінок постійно змінна навколишня дійсність буде вимагати внесення коректив у дії суб'єкта (державного службовця), який повинен виправдовувати, постійно підтверджувати свою репутацію.

Таким чином, репутація державного службовця – це суспільна оцінка його професійних та службових якостей за результатами виконання ним своїх службових обов'язків. Репутація державного службовця безпосередньо залежить як від нього самого, так і зумовлена умовами, у яких працює державний службовець (імідж та репутація державного органу та державної служби).

Ураховуючи викладене, можна зробити висновок, що на основі репутації кожного окремого державного службовця (його професійних та особистих моральних якостей) утворюється імідж державної служби в цілому. Процес формування позитивного іміджу державної служби повинен відбуватись поступово, планомірно, постійно, чітко за відповідною схемою, залежно від обставин, ураховуючи найменші дрібниці й, на нашу думку, повинен обов'язково починатись зі створення позитивної репутації її суб'єктів, тобто державних службовців.

### Список використаних джерел

1. Берницька Д. І. Ділова репутація як стратегічний чинник розвитку підприємства / Берницька Д. І., Кравчук Н. О. – Режим доступу : [www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/inek/2011\\_3/41.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/inek/2011_3/41.pdf).

2. Колосок С. В. Зв'язки з громадськістю у формуванні іміджу органів державного управління : автореф. дис. ... канд. наук держ. упр. : 25.00.01 / Колосок Сергій Васильович / Нац. акад. держ. упр. при Президентіві України. – К., 2003. – 19 с.

3. Комаровський В. С. Управління суспільними відносинами / В. С. Комаровський. – М. : РАГС, 2003. – 400 с.

4. Малєина Н. М. Защита чести, достоинства и деловой репутации / Н. М. Малєина // Законодательство и экономика. – 1993. – № 24. – С. 18.

5. Серьогін С. М. Державний службовець у відносинах між владою та суспільством : монографія / С. М. Серьогін. – Д. : ДРІДУ НАДУ, 2003. – 456 с.

6. Сімеоніди І. А. Формування іміджу державної служби / І. А. Сімеоніди. – Режим доступу : [www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/Apdup/2010\\_1/2\\_136-146.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Apdup/2010_1/2_136-146.pdf).

7. Трубецкой А. Ю. Психология репутации / А. Ю. Трубецкой. – М. : Наука, 2005. – 291 с.

Надійшла до редколегії 06.04.12

УДК 35.08:316.48

Юлія АНДРІЯНОВА

Національна академія державного управління  
при Президентіві України

Дніпропетровський регіональний інститут державного управління

## КОНФЛІКТ ЯК ЯВИЩЕ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: АНАЛІЗ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Досліджуються погляди сучасних науковців на конфлікт в управлінській діяльності. Особлива увага звертається на аналіз наукових досліджень, присвячених конфлікту в галузі наук з державного управління.

**Ключові слова:** конфлікт, управлінська діяльність, суперечність, дослідження конфліктів, державне управління, державна служба.

**Юлія Андріянова. Конфликт как явление управленческой деятельности: анализ научных исследований**

Исследуются взгляды современных ученых на конфликт в управленческой деятельности. Особое внимание уделяется анализу научных исследований, посвященных конфликту в области науки государственного управления.

**Ключевые слова:** конфликт, управленческая деятельность, противоречие, исследование конфликтов, государственное управление, государственная служба.

**Iuliia Andriianova. Conflict as a phenomenon of management: the analysis of scientific investigations**

The article deals with the investigations of contemporary scientists views on conflict in managerial activity. Special attention is focused on analysis of investigations, which are dedicated to conflict in public administration science.

**Key words:** conflict, managerial activity, contradiction, investigation of conflict, public administration, public service.

Конфлікт як явище виникає майже в усіх сферах суспільних відносин та людського буття. Не є винятком і професійна діяльність державних

© Андріянова Ю. В., 2012