

ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛАСНА РАДА
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА
ІМЕНІ ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ЕКОНОМІКИ

Кафедра публічного управління та адміністрування

МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

на тему: «**ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ
СЛУЖБОВЦІВ ПАТРУЛЬНОЇ ПОЛІЦІЇ (НА МАТЕРІАЛАХ
ГОЛОВНОГО УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ПОЛІЦІЇ В
ХМЕЛЬНИЦЬКІЙ ОБЛАСТІ)**»

Виконав: студент магістратури за
спеціальністю
281 Публічне управління та адміністрування
Орижук Максим Васильович
(прізвище імя та по-батькові)

Керівник: кандидатка наук з державного
управління, доцентка
Требик Л.П.
(науковий ступінь, вчене звання, прізвище та
ініціали)

Рецензент: _____
(науковий ступінь, вчене звання, прізвище та
ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1	
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ СЛУЖБОВЦЯ У СФЕРІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ	9
1.1. Зміст та сутність поняття «імідж» у сфері публічного управління	9
1.2. Функції, принципи та складові іміджу службовців у сфері публічного управління	17
РОЗДІЛ 2	
АНАЛІЗ СТАНУ ІМІДЖУ СЛУЖБОВЦЯ ПАТРУЛЬНОЇ ПОЛІЦІЇ В УКРАЇНІ	27
2.1. Інструменти формування позитивного іміджу службовців патрульної поліції	27
2.2. Особливості сучасних тенденцій формування іміджу службовців патрульної поліції в Україні	37
РОЗДІЛ 3	
УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМІВ ТА ЗАСОБІВ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ СЛУЖБОВЦІВ ПАТРУЛЬНОЇ ПОЛІЦІЇ	46
ВИСНОВКИ	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	59
ДОДАТКИ	66

ВСТУП

Актуальність теми. Сьогодні – в сучасному цивілізованому, демократичному світі – державна служба виступає одним з ключових механізмів здійснення державного управління: на систему державної служби та її представників покладено обов'язок практично втілювати заходи державної політики, реалізувати функції та обов'язки держави. І саме імідж виступає своєрідним мірилом якості та ефективності процесу функціонування державної служби, адже він демонструє сформований суб'єктивний образ представників державної служби, який утворився у свідомості громадськості під враженням від них самих та їх професійної діяльності.

По суті, загальний імідж системи державної служби формується на основі індивідуальних образів її представників. Адже державний службовець фактично представляє державу у стосунках з населенням, виступаючи реальним представником державної влади. Імідж, як особливий феномен, являє собою уявлення населення про представника державної служби, повністю відображаючи схвалення чи несхвалення суспільством політики, яка проводиться державою і способів, за допомогою яких, вона реалізується.

Фактично, державний службовець уособлює в собі державу, тому, аналізуючи рівень його професіоналізму, відповідальності, чесності та порядності, в свідомості населення формується імідж усієї держави загалом. Також сьогодні серед критеріїв оцінки діяльності державного службовця важливу роль відіграють його цифрові компетентності, куди належить інформаційна грамотність, вміння користуватися цифровими медіа, здатність працювати та комунікувати за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій тощо, оскільки в епоху інформаційного суспільства та цифрових трансформацій саме ефективна цифровізація процесів державного управління демонструє потенціал держави, її здатність до розвитку.

Щодо суб'єктів службових правовідносин у сфері національної безпеки України, серед яких поліція посідає важливе місце, рівень довіри громадян нашої

держави до їх діяльності визначає рівень ефективності їх роботи. Довіра громадян до даного органу є найвищою оцінкою їх діяльності. Зазначене обумовлює важливість усунення чинників, які негативно впливають на імідж суб'єктів службових правовідносин у сфері національної безпеки України. Це означає що формуванню позитивної громадської думки про суб'єктів службових правовідносин у сфері національної безпеки України потрібно приділяти велику увагу безпосередньо в низових підрозділах і передусім у тих службах, які найбільше контактують із населенням, зокрема патрульної поліції.

Таким чином, імідж державного службовця є тим критерієм, який може допомогти визначити рівень довіри населення до органів державної влади, оцінити ефективність їх роботи а, отже, ефективність і результативність функціонування держави в цілому. Імідж державного службовця здійснює значний вплив на управління суспільними процесами та реакціями, на впровадження процесів цифровізації в державі, зокрема, він може консолідувати населення, прискорюючи впровадження державних програм чи планів, або ж, навпаки, загальмувати їх реалізацію, поділяючи суспільство на окремі групи. Тобто, формування позитивного іміджу державних службовців сприяє швидшому розвитку держави та оперативнішій реалізації державних рішень і реформ.

Отже, дослідження процесів формування іміджу службовців патрульної поліції в Україні сприяє розробці, становленню та практичному застосуванню якісно нової концепції управління комунікаціями та іміджем органів державної влади, що спрямована на підвищення рівня довіри населення до них та створення умов для функціонування партнерських взаємовідносин між державою і громадськістю.

Тому, актуальність теми дослідження зумовлена потребою дослідження та аналізу сучасного стану іміджу державних службовців в Україні в цілому та службовців патрульної поліції зокрема, вивчення досвіду та практики формування позитивного іміджу державних службовців європейських країн в

умовах цифрових трансформацій, розробки та створення практичних рекомендацій і порад щодо поліпшення іміджу службовців патрульної поліції.

Оцінка сучасного стану наукової розробки. Аналіз сучасних наукових джерел і літератури, які присвячені державному управлінню та процесам його вдосконалення, свідчать про малодослідженість іміджу державного службовця, як одного з основних показників ефективності його діяльності. В цілому, більшість досліджень іміджу, як соціального феномена, присвячені темі іміджу загалом. Досліджували імідж як загальне поняття представники таких наук як соціологія та психологія, зокрема Н. Барна, Л. Хавкіна, К. Атаманська, Н. Нижник та ін. Процес побудови та підтримки позитивного іміджу державних службовців як окремий напрямок досліджень розглядали представники науки публічного управління та політології, серед яких варто виділити таких вчених як В. Королько, С. Серьогіна, Т. Гаман, Г. Вербицька, Л. Арсенович, С. Могильний, Н. Щербак, О. Чечель, О. Кулеба, О. Почепцов та інші.

Вивчення та аналіз праць зазначених дослідників формує базу для подальших досліджень і розробок рекомендацій у сфері формування позитивного образу представників державної служби. Цифрові компетентності державних службовців та їх вплив на імідж органів державної влади досліджували Д. Корські, К. Джонсон, К. Лаго, Т. Хан, М. Гоув, Брендон Лі та ін.

Дослідження іміджу правоохоронних органів та їх працівників не лишалось поза увагою наукової спільноти та було об'єктом дослідження таких вчених; як О.М. Бандурка, Н.В. Барна, І.В. Воробйова, Ю.П. Доронін, Т.Г. Зайцева, В.О., Золотова, В.Л. Лапшина, Д.В. Казанчук, В.Т. Малярєнко, В.С. Медведєв, І.М. Мельник, В.І. Московець, В.О. Олефір, О.І. Пометун, Г.В. Попова, О.Л. Порфімович, О.В. Ряшко, В.О. Соколов, В.А. Сухоруков, С.В. Табан тощо.

Проте, зусилля щодо формування позитивного іміджу правоохоронних органів та їх співробітників, як показав аналіз практичної діяльності, і сьогодні ще мають невпорядкований характер. Дуже часто спроби формування позитивного іміджу у повсякденній діяльності проходять складний шлях і не

дають очікуваних результатів, відсутня чітко структурована система його формування. Це актуалізує проблему вивчення іміджу службовців патрульної поліції та визначає відповідні завдання задля його формування.

Мета магістерського дослідження полягає в дослідженні теоретичних аспектів формування іміджу службовця у сфері публічного управління, аналізі стану іміджу службовця патрульної поліції в Україні та на підставі проведеного аналізу обґрунтування шляхів удосконалення механізмів та засобів формування позитивного іміджу службовців патрульної поліції.

Для досягнення зазначеної мети, потрібно вирішити наступні **завдання**:

- дослідити зміст та сутність поняття «імідж» у сфері державного управління;
- встановити та проаналізувати принципи побудови іміджу державного службовця, його етапи і базові складові;
- дослідити функції іміджу службовців у сфері публічного управління;
- визначити основні інструменти формування позитивного іміджу службовців патрульної поліції;
- з'ясувати сучасні тенденції формування іміджу службовців патрульної поліції в Україні;
- визначити загальні підходи до формування іміджу службовців патрульної поліції та надати рекомендації щодо його вдосконалення.

Об'єкт дослідження – імідж державних службовців та службовців патрульної поліції як складової даних органів.

Предмет дослідження – формування позитивного іміджу службовців патрульної поліції як складової органів державної влади, які вони представляють.

Практичне значення результатів. Результати проведеного дослідження можуть бути використані органами державної влади в процесі вдосконалення їх професійного іміджу й іміджу службовців патрульної поліції, які ці органи представляють, та коригування повсякденної діяльності з метою підвищення рівня довіри та підтримки від населення.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ СЛУЖБОВЦЯ У СФЕРІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

1.1. Зміст та сутність поняття «імідж» у сфері публічного управління

В процесі еволюційного розвитку для того, щоб гарантувати безпеку та створити усі необхідні умови для розвитку та процвітання тієї чи іншої спільноти, люди почали утворювати суспільство у вигляді певних ієрархічних структур, де кожен займав окреме визначене місце та виконував відповідні функції. Як правило, той, кому доручали стояти на верхівці ієрархії, мав велику владу серед решти та брав на себе відповідальність за них. Будь-яке суспільство завжди потребувало гаранта – того, хто міг би неупереджено та справедливо регулювати конфлікти, карати винних та забезпечувати іншим можливість вільно та комфортно співіснувати разом. Зрештою, саме таким гарантом стала держава, як політико-територіальна організація суспільства, що наділена владою, яка реалізується на основі законодавства країни уповноваженими на це особами і покликана забезпечити умови для сталого розвитку та комфортного життя свого населення.

Тому, що саме держава стала тим, хто може гарантувати реалізацію та охорону прав і свобод людини, їй було надано значні владні повноваження та функції, на виконання яких вона має монополію. Однак щоби не допустити зловживання владою, була створена система «стримувань та противаг», основною метою якої є забезпечення балансу і недопущення зосередження влади в руках окремих груп населення, які б змогли використовувати її виключно у своїх інтересах, а не в інтересах усього суспільства.

Фактично, саме загальновизнані права та свободи людини і громадянина виступають як основні орієнтири для держави. Згідно зі статтею 3 Конституції України, «утвердження і забезпечення прав і свобод людини є головним обов'язком держави» [1].

Таким чином, держава, яку представляють органи державної влади і державні службовці, визначає політику та приймає рішення, що впливають на життя кожного, хто проживає на її території. Тому логічним є те, що існує та законодавчо закріплений цілий ряд вимог до осіб, які хочуть бути державними службовцями та працювати на благо суспільства,

Відповідно до ст. 1 Закону України «Про державну службу», «державний службовець – це громадянин України, який займає посаду державної служби в органі державної влади, іншому державному органі, його апараті, одержує заробітну плату за рахунок коштів державного бюджету та здійснює встановлені для цієї посади повноваження, безпосередньо пов'язані з виконанням завдань і функцій такого державного органу, а також дотримується принципів державної служби» [2].

Бути державним службовцем може громадянин України, який досягнув повнолітнього віку, вільно володіє державною мовою, а також має відповідний ступінь вищої освіти. Окрім цього у Законі зазначено ряд факторів, які унеможливають вступ на державну службу окремих осіб. Зокрема, не може стати державним службовцем особа, яка:

- визнана недієздатною або обмежено дієздатною;
- має не погашену чи не зняту судимість за вчинення умисного кримінального правопорушення;
- у судовому порядку позбавлена права займати відповідні посади;
- була притягнута до адміністративного стягнення за корупційне правопорушення – впродовж трьох років з дня, коли відповідне судове рішення набрало законної сили;
- є громадянином іншої держави; - не пройшла спеціальну перевірку тощо [2].

Тобто, державний службовець – це особа, яка уповноважена на безпосередню реалізацію та виконання державних функцій на певній території країни. Вона діє від імені органу державної влади, а, отже, і від держави, що означає, що вона фактично представляє її. Тому зовнішній вигляд державного

службовця, його поведінка, стиль спілкування, манери та вчинки формують не лише його особистий авторитет серед колег та населення, а також авторитет та імідж органу, в якому він займає посаду та працює [3].

В цілому, професія «державний службовець» є надзвичайно важливою та перспективною, а інститут державної служби постійно вдосконалюється та розвивається, тому вимоги до державних службовців і їх поведінки постійно збільшуються. Адже зростання довіри громадян до органів державної влади, покращення стосунків між держслужбовцями, посадовими особами органів місцевого самоврядування та населенням можливі лише у тому випадку, коли репутація та імідж державних службовців будуть позитивними [4, с. 806].

Варто зазначити, що імідж державного службовця виступає своєрідним показником підтримки та схвалення дій, рішень і вчинків діючої влади з боку населення. Тому створення позитивного іміджу державного службовця є запорукою успішної та ефективної роботи органів державної влади, а його формування набуває важливого значення для усіх державних службовців без винятку [5, с. 817].

Взагалі поняття «імідж», як сучасний феномен, почало використовуватись у 60-80 рр. ХХ століття в галузі психології, дослідженням якої займались зарубіжні науковці та вчені. А щодо походження самого терміну «імідж», існує 2 точки зору: згідно з першою, слово походить від латинського «*imago*» і означає «імітація»; друга ж позиція говорить, що термін пішов від англійського чи французького «*image*» і буквально означає «образ» [6, с. 14].

На сьогодні імідж, як явище, активно вивчається та досліджується. Існує навіть окрема наука, яка займається вивченням питань, що пов'язані зі створенням та зміною іміджу, і називається вона іміджелогія. Варто відмітити, що це доволі молода галузь знань, вік якої нараховує приблизно декілька десятиліть, адже виникла вона на початку 90-х. Ця наука поєднує різні сфери людської діяльності, серед яких можна виділити творчу та інтелектуальну.

Структура іміджелогії складається з двох частин: загальної (або теоретичної) іміджелогії та прикладної, яка називається іміджмейкерство. Тому

сьогодні існує окрема професія – іміджмейкер, куди відносяться люди, що на практиці вирішують величезний ряд завдань, пов'язаних зі створенням та підтриманням необхідного іміджу для конкретної особи.

Цікавим є той факт, що, незважаючи на актуальність іміджу та його популярність, нині досі відсутнє єдине визначення цього поняття. Між дослідниками іміджу досі виникають суперечки з приводу того, що ж уособлює собою це поняття. Дехто помилково вважає, що імідж включає лише зовнішні риси та характеристики об'єкта, куди входять стиль одягу людини, зачіска тощо, проте більшість схиляється до того, що імідж особи не обмежується лише її зовнішністю, а й поєднує в собі усі особливості та характеристики людини, які тільки може сприйняти аудиторія.

Наприклад, Поллі Бьорд стверджує, що імідж – «це повна картинка того, як вас бачать інші. Вона містить те, який ви маєте вигляд, як ви говорите, одягаєтесь, працюєте; ваші вміння, позу й мову тіла, аксесуари, ваше оточення тощо» [7].

Тому узагальнивши напрацювання різних учених, термін «імідж» можна визначити так: це думка, яка склалась у людей про когось або щось під впливом його рис, характеристик, дій та манер. Фактично, це враження та емоції про когось, які фіксуються в свідомості людей у вигляді певних емоційно забарвлених понять [9, с. 12].

Очевидно, що на формування іміджу впливає велика кількість факторів, які можуть змінювати свій вплив на нього залежно від ситуації та обставин. Враховуючи це, багато експертів стверджують, що імідж не є чимось статичним: це активне, динамічне явище, яке постійно зазнає змін і трансформується відповідно до них.

Нерідко люди ототожнюють поняття «імідж», «думка», «репутація» та «авторитет». Ці терміни справді є близькими, проте синонімічними вони можуть бути лише в контексті, адже в цілому між ними існують деякі відмінності.

Наприклад, «думка» як поняття обов'язково передбачає вербальну форму вираження. Тому практично завжди в тлумачних словниках вона трактується як

15 «судження про когось або щось, яке виражене словами» [9, с. 89] і вживається в словосполученнях на зразок «висловити свою думку» тощо [9ячі, с. 305]. А імідж, як явище комплексне, містить як вербальні, так і невербальні компоненти, до того ж найчастіше переважають останні.

Люди також часто взаємо замінюють «імідж» і «репутацію», але це знову ж таки є некоректно. Часто експерти описують імідж як яскраву, чітку та виразну сторону певного образу, в той час як репутація визначається як «суспільна думка про цінності, чесноти чи недоліки когось або чогось» [8]. Інакше кажучи, і думка, і репутація передбачають словесне вираження або його можливість. Окрім цього, обидва поняття припускають обов'язкову наявність чіткого критерію для аналізу об'єкта. Репутація є явищем чітко оціненим: вона або хороша – позитивна, або погана – негативна. Імідж також може бути певним чином оціненим за потреби, але, на відміну від репутації, оцінка не є його обов'язковою складовою.

Теж помилковим є ототожнення іміджу з авторитетом. Авторитет найчастіше виступає базою для здійснення соціального впливу на аудиторію, адже авторитетна особа може нав'язувати їй свою волю. У тлумачних словниках термін «авторитетність» визначається як «визнана суспільством обізнаність, компетентність когось у певних питаннях та сферах діяльності». А отже, авторитетна особа – це та людина, яка «заслуговує безмежної довіри» [10; 11, с. 19].

Фактично, авторитет може бути складовою частиною іміджу людини. Інакше кажучи, поняття «імідж» є ширшим за «авторитет». Аналізуючи зазначені терміни, можна зробити висновок, що всі вони взаємо доповнюють і ширше розкривають зміст одне одного. Варто відмітити, що в різних сферах людської діяльності імідж має свої особливості. Зокрема, і у сфері публічного управління, що можна прослідкувати у роботах багатьох вчених, які досліджували це питання.

Також потрібно зазначити, що трактування цього поняття науковцями в зазначеній сфері висвітлює термін з різних боків і демонструє різнопланові

проблеми, які можуть виникнути в процесі формування іміджу державного службовця та органів державної влади в цілому.

Наприклад, у Енциклопедії державного управління вказано, що імідж – це образ певного об’єкта, що цілеспрямовано створюється у суспільній чи індивідуальній свідомості за допомогою спеціальних механізмів та засобів і справляє емоційно-психологічний вплив на цільову аудиторію. Однак варто додати, що також в Енциклопедії наявне окреме визначення поняття «імідж влади», що трактується як образ суб’єкта владної діяльності, який формується у суспільній свідомості і має на меті здійснити емоційно-психологічний вплив на громадян задля популяризації політики держави тощо [12].

Проаналізувавши таке трактування, можна зробити висновок, що на характеристику іміджу особи, окрім власних рис та особливостей людини, також впливають цінності, норми, правила та стереотипи суспільства, в якому такий імідж формується. Адже важливо, щоб демонстровані державним службовцем цінності відповідали тим цінностям та очікуванням, які бажає побачити обрана ним аудиторія.

Відповідно до визначення іншого науковця Н. Барни, імідж – це штучно створений образ, який формується під дією та впливом ЗМІ. Тобто, метою створення іміджу певного об’єкта є цілеспрямоване формування визначеного ставлення до такого об’єкта з боку суспільства [8]. На практиці імідж державного службовця проявляється у його діях, незалежно від того, чи він працює у міністерстві або іншому центральному органі державної влади, чи ж навіть ця людина є посадовою особою органу місцевого самоврядування. Адже у першому випадку ця особа може впливати на ту чи іншу сферу політики держави, впливати на реалізацію рішень, які прямо чи опосередковано стосуються кожного громадянина країни; в іншому ж випадку – громадяни на місцях безпосередньо матимуть справу з посадовою особою органу місцевого самоврядування, враження від контакту з якою практично завжди впливає на ставлення до владного органу в цілому.

Таким чином, задля досягнення поставленої цілі можна використовувати не лише виключно об'єктивні характеристики та риси об'єкта, а й поєднувати їх з вигаданими, неіснуючими рисами – такими, які бажає бачити суспільство.

Однак в такому разі на побудову іміджу державного службовця впливають кризові стани в розвитку суспільства, що, своєю чергою, провокує деградацію моральної сфери життя суспільства, куди належить і сфера державного управління [13, с. 34].

На думку І. Пантелейчука, імідж державного службовця, а отже і органу державної влади в якому він працює, демонструє рівень авторитету такого органу як всередині країни, так і за її межами. Також науковець вважає, що позитивний імідж є одним з ключових показників, які демонструють впливовість держави, її економічний потенціал, вміння швидко адаптуватися до міжнародних проблем та викликів, а також показують рівень добробуту та комфорту життя населення. Адже саме глобальні процеси та виклики нині є основним фактором, який впливає на розвиток усіх держав без винятку; такі процеси вимагають скоординованості та ефективної взаємодії органів державної влади в країні, що, в свою чергу, можна отримати лише у випадку підтримки, довіри та співпраці з громадянами своєї країни [14, с. 5].

За такого трактування поняття «імідж», основною проблемою його формування є відносно низький рівень синхронізації між діями різних органів державної влади та державних службовців, що, за своєю суттю, є необхідним для підтримання сталості розвитку держави та ефективності державної політики.

С. Серьогін зазначає, що поняття іміджу державного службовця та державного органу, в якому такий державний службовець працює, безпосередньо переплітаються з поняттям іміджу країни, яку вони представляють, зокрема на міжнародній арені, а тому ці два поняття не можна розглядати окремо. Він зазначає, що в основі іміджу державного службовця лежать його моральні і професійні якості та характеристики, а сам імідж є соціальним конструктом [15]. Також автор стверджує, що громадську думку, яка є базою для створення іміджу певного об'єкта, формують не лише його

особистісні характеристики, а й засоби масової комунікації, де буде інформація про нього, PR-технології, які такий об'єкт буде цілеспрямовано застосовувати, тощо. Але на імідж державної влади в цілому, окрім факторів вище зазначених, впливають також стан загальнодержавної політики, її соціальне спрямування та якість роботи гілок державної влади взагалі [16]. В такому випадку проблемним є аспект важкості, а часом і цілковитої неможливості розмежування іміджу представників органу державної влади від іміджу цього органу взагалі, а інколи і від іміджу країни, як такої, в світі.

Отже, на ефективність діяльності інститутів державної служби прямо впливає рівень довіри та підтримки з боку населення, ставлення громадян до органів державної влади, їх дій, рішень та вчинків. Імідж державних службовців, який формується у індивідуальній та колективній свідомості населення, є одним з найбільш дієвих важелів, що здатний пришвидшити впровадження та практичну реалізацію державної політики і її програм, або ж, навпаки, максимально сповільнити цей процес. Таким чином, стає очевидним факт впливу іміджу представників державної влади на їх дії та поведінку, що проявляється через державну політику в цілому.

Формування позитивного іміджу державних службовців є важливим фактором для успішного функціонування та ефективного розвитку державних органів влади. Імідж органів державної влади безпосередньо впливає на те, яким буде ставлення людей до політичних чи економічних заходів у країні. Імідж державних службовців виступає головним фактором в процесі формування довіри та поваги до органів державної влади з боку населення, саме він в результаті формує у населення бажання до взаємодії та співпраці з державними службовцями або ж, навпаки, створює негативні асоціації та стереотипи і, як завершення цього процесу, забезпечує стійку недовіру та небажання громадян співпрацювати з органами державної влади. Тому створення, формування та підтримання позитивного іміджу нині є одним з найбільш актуальних завдань для кожного державного службовця.

1.2. Функції, принципи та складові іміджу службовців у сфері публічного управління

Імідж державного службовця здійснює величезний вплив на результати його діяльності, оскільки цей механізм є одним з основних важелів впливу на емоції, переконання та дії як окремих осіб, так і суспільства в цілому. Очевидно, що імідж можна розглядати як спосіб досягнення та реалізації певних цілей, зокрема державних. Тому для політології та державного управління, як наук, його вивчення є особливо актуальним, адже дозволяє керувати поведінкою населення, формувати повагу та довіру до органів державної влади.

Варто зазначити, що імідж не формується стихійно чи раптово: для того, щоб він був позитивним, а уявлення про державного службовця у свідомості громадян було приємним, над ним треба старанно та наполегливо працювати, обдумуючи і плануючи кожен свою дію [17]. Хороший імідж – це результат складної, багатовекторної діяльності, де навіть невелика помилка може перекреслити усі попередні досягнення.

Саме тому, що правильно сформований імідж органів державної влади та їх представників суттєво полегшує і спрощує поширення державної ідеології серед населення, вивчення та дослідження типів, функцій і принципів формування іміджу є необхідним для держслужбовців.

Необхідно відмітити, що у випадку, коли створюється імідж державного службовця, саме державний службовець виступає індуктором іміджу: об'єктом, образ якого створюється та підтримується. Хоча взагалі об'єктом може бути будь-хто і будь-що – від окремої людини чи групи осіб до неживого предмета чи якогось товару. А населення, або окремі особи, у свідомості яких цей образ проектується та формується, відіграють роль сприймаючої аудиторії – реципієнта [18].

Не слід недооцінювати значення та вплив іміджу на роботу державних службовців – такий висновок можна зробити хоча би з аналізу великої кількості

функцій, які виконує імідж особи, як явище. Знання та усвідомлення функцій іміджу дозволить державному службовцю широко їх застосовувати. Адже як казав Наполеон Бонапарт: «Я буваю то лисом, то левом. Весь секрет управління полягає в тому, щоб знати, коли слід бути тим чи іншим» [19].

Науковці та експерти виділяють багато функцій, серед яких сформувалися дві основні групи: технологічні та ціннісні. Технологічна група включає в себе такі функції:

- міжособистісна адаптація. Правильно створений імідж дає людині можливість з легкістю «влитися» у новий колектив чи соціальне середовище і налагодити хороші взаємовідносини всередині нього.

- висвітлення найкращих особистісних та ділових рис. Позитивний імідж дозволяє особі звернути увагу аудиторії на свої найбільш привабливі риси та якості, таким чином викликаючи у неї симпатію, схвалення дій такої особи та впевненість у професіоналізмі цієї людини як експерта у своїй справі.

- відвернення уваги від негативних особистісних якостей. Ця функція безпосередньо пов'язана з попередньою, адже якщо увага населення звернена на позитивні сторони особи, набагато легше приховати чи завуалювати її недоліки.

- привернення уваги. Державний службовець з позитивним іміджем більше імponує людям, ніж той, в кого імідж нейтральний чи негативний. Їм легше співпрацювати з першим, оскільки вони підсвідомо налаштовані до сприйняття того, що він демонструє або про що розповідає.

- усунення бар'єрів між поколіннями. Коли особа вміє правильно себе презентувати, вибираючи модель поведінки відповідно до ситуації та очікувань громадян, з якими вона взаємодіє, вона може швидше встановити з ними контакт, не відчуваючи труднощів через різницю у соціальному статусі чи різницю у віці [20].

Група технологічних функцій демонструє суттєвий вплив іміджу державного службовця на здійснення ним його повноважень та виконання завдань державної служби. Зокрема, позитивний імідж спрощує процес взаємодії з населенням, допомагаючи держслужбовцю відносно швидко будувати

довірливі стосунки з громадянами, значно заощаджувати свій час таким чином, а тому раціональніше використовувати його в процесі виконання своїх службових обов'язків.

До ціннісних же відносяться такі функції:

- налагодження міжособистісних зв'язків (комунікативна функція). Зазначена функція проявляється через спілкування. Якщо імідж вибудований правильно, людина є бажаним співрозмовником, що гарантує їй отримання симпатій від свого візаві.

- психотерапевтична. Ця функція заключається у зростанні комунікабельності та впевненості особи у собі на основі отримання схвальних фідбеків від населення.

- особистісного зростання. Суть функції полягає в тому, що гарні репутація та імідж додають об'єкту іміджу ауру привабливості в очах аудиторії: як наслідок, він стає розкутішим та активнішим у своїй роботі [21].

Ціннісні функції іміджу відображають важливість іміджу для забезпечення внутрішнього спокою особи та підтримки її ментального здоров'я. Імідж людини певним чином демонструє її внутрішні якості та духовний світ, тому якщо об'єкт отримує схвалення зі сторони населення, зростає його впевненість у собі, він стає більш ініціативним у роботі і отримує задоволення від цього, що в майбутньому гарантує його відданість своїй праці.

Тому, щоб уникнути небажаних проблем чи труднощів, експерти з іміджелогії визначили базові принципи, яких треба дотримуватись, будуючи імідж.

Нині саме завдяки дослідженню іміджмейкерів державні службовці мають підґрунтя для побудови позитивного іміджу.

Виділяються такі принципи [22, с. 20–23]:

результативність її діяльності тощо. Такий вид іміджу найбільше підходить для опису організацій, партій та об'єднань, які мають розроблену виключно для них символіку.

- далекоглядність (стратегічність). Принцип полягає у тому, що будь який орган державної влади має здійснювати свою діяльність, прогножуючи тенденції та вимоги майбутнього, щоб бути готовим до нових викликів суспільства та бути здатним оперативно впоратися з виникаючими труднощами. Він демонструє спроможність організації створювати перспективні програми і стратегії, які зможуть ефективно розв'язувати суспільно-політичні та економічні проблеми, а також покращувати життя населення, роблячи його більш комфортним;

- справедливість. Цей принцип полягає в об'єктивності дій державних службовців та відсутності корисливих мотивів у них. Як відомо, робота органів державної влади має базуватися на основі принципів законності, відкритості та прозорості їхньої роботи, а основним орієнтиром їх діяльності має бути гарантування прав та свобод людини і громадянина. Крім того, у своїй діяльності вони мають дотримуватися етичних правил та правових норм. В іншому випадку імідж організації зазнає краху, а державні службовці будуть асоціюватися з беззаконням, непрофесійністю, бюрократією та корупцією;

- стабільність. Саме стабільність в роботі органів державної влади є основою довіри від населення. Адже коли громадяни можуть покладатися на владу та орієнтовно прогнозувати її дії і рішення, підсвідомо вони відчують себе захищеними, оскільки знають чого очікувати. Стабільність є однією з найголовніших характеристик якості та ефективності державної політики взагалі. Вона допомагає формувати довірливі стосунки між владою та населенням, безпосередньо впливаючи на те, наскільки комунікація між ними буде результативною. Цей принцип наділяє роботу владних структур передбачуваністю, тому громадяни в певних випадках можуть навіть підготуватися до змін, які виникнуть внаслідок прийняття тих чи інших рішень органами державної влади;

- принцип державної допомоги та підтримки. Щоб запобігти поширенню корупції в органах державної влади, всі заходи з висвітлення їх діяльності та інформаційна політика країни загалом мають здійснювати фінансування за

кошти держави. Це також допоможе органам влади залишатись об'єктивними і не бути залежними від будь-яких не уповноважених на це суб'єктів;

- системність. Рішення одного органу влади можуть безпосередньо вплинути на інші державні структури, тому, здійснюючи будь-яку діяльність, державні службовці повинні розуміти свою взаємозалежність з іншими у системі державного управління і враховувати наслідки своїх вчинків та дій щодо них, не допускаючи негативного впливу, який може не тільки завдати шкоди іміджу окремого органу влади, а й занепасти авторитет усієї системи в цілому.

Створення та підтримання правильного іміджу – це процес складний, який вимагає отримання та використання спеціальних теоретичних знань і навичок, а тому повинен бути побудований з використанням відповідних принципів та технологій. Оскільки імідж є соціально-психологічним феноменом, він піддається базовим законам соціальної психології.

Тому при його створенні потрібно зважати на те, що:

- людина за своєю природою є частиною соціуму, що, своє чергою, означає її залежність від соціального оточення;

- поведінка людини в соціумі регулюється наявними в ньому стереотипами та правилами;

- ставлення переважної більшості соціуму до певної особи максимально впливає на те, як на неї реагуватимуть нові, незнайомі з нею раніше люди;

- в різних соціальних групах людина може поводитись по-різному, а тому її імідж та репутація будуть значно різнитися;

- якщо людина відчуває позитивне ставлення до себе, схвалення своїх дій збоку, вона буде більш розкутою, що допоможе їй швидше розв'язувати поставлені перед нею задачі [23, с. 189].

Отже, імідж – це процес багатогранний. Тому, якщо людина хоче створити для себе правильний імідж, вона повинна знати тонкощі його створення, вміти правильно застосовувати їх на практиці та здійснювати постійний моніторинг його стану, щоб, за потреби, коригувати його.

Формування іміджу державного службовця реалізуються з обов'язковим урахуванням його складових елементів. Базовими частинками іміджу державного службовця виступають: професіоналізм, управлінська культура та психологічний клімат організації [24, с. 5].

Професіоналізм в даному контексті можна трактувати як вміння державного службовця знаходити та обирати найбільш раціональні способи вирішення тих чи інших проблем, що постають перед ним в процесі виконання його професійних обов'язків, а також здатність швидко та ефективно адаптуватися до вимог суспільства і реалізовувати поставлені перед ним задачі. Звісно ж, це все має відбуватися у межах повноважень, які визначені нормативно. З метою покращення функціонування інституту державної служби, нині в Україні встановлюється принцип безперервного навчання, який активно практикується у країнах Європи. Це відбувається для того, щоб державні службовці могли вдосконалювати професійно-необхідні вміння та навички впродовж усього життя, таким чином покращуючи якість послуг, які вони надають [25].

Психологічний клімат організації уособлює собою моральну сторону діяльності колективу, в якому працює державний службовець, з усіма особливостями, які характеризують стосунки всередині нього та відображають його психологічний стан. В органі державної влади психологічний клімат визначається за декількома критеріями, серед яких важливу роль відіграють ставлення колективу до власної праці, своїх обов'язків та повноважень, ставлення до своїх колег та населення, а також до самого себе через призму професії, що проявляється через самокритику. Суть управлінської культури полягає у тому, що державні службовці повинні працювати активно, синхронізовано та ініціативно, не допускаючи помилок. Вона формується з управлінських вмінь та знань, управлінського мислення, стилів та методів керівництва тощо [26].

Управлінські вміння та знання поєднують в собі теоретичне розуміння та практичне уміння застосовувати методологію та інструментарій аналізу і

оцінювання управлінських дій. Управлінські вміння базуються на постійному прагненні самовдосконалення завдяки регулярному оновленню отриманих досвіду та знань. Управлінське мислення має бути стратегічно орієнтованим і функціонувати на основі принципу далекоглядності, щоб вчинки державного службовця були актуальними не тільки на даний момент, але і в найближчому майбутньому.

Таким чином буде виконуватись превентивна функція, завдяки якій можна завчасно передбачити виникнення певних проблем, а, отже, попередньо нейтралізувати їх та не допустити їх негативного впливу на населення, державу чи її політику. Що ж до стилів та методів керівництва, то від них прямо залежать стосунки всередині колективу, а отже і психологічний клімат в організації. Правильно підібраний стиль управління людьми може зробити їхню працю високопродуктивною, а взаємини між колегами та керівництвом довірливими та приємними.

Ці складові формують імідж державного службовця, як окремого об'єкта, який представляє орган державної влади. Однак складові елементи, які утворюють імідж самих державних органів, дещо відрізняються від попередніх: їх більше і вони охоплюють ширшу область. Н. Колосок виділяє існує вісім структурних частин іміджу органу державної влади.

Однак існують і інші визначення структурних елементів іміджу органів державної влади. Наприклад, Ю. Падафет вважає, що їх варто розділяти за трьома базовими елементами, зокрема:

- Когнітивним – сюди належать відчуття та враження, які виникають внаслідок контакту та спілкування з державним службовцем, аналізу його діяльності та поведінки;

- Емоційним – цей компонент репрезентує емоції, які відчуває людина, коли знаходиться в приміщенні організації;

- Образним – візуальні картинки та образи, які виникають у свідомості громадян при згадці про орган державної влади [27].

Ще одним важливим аспектом будування іміджу є правильний підбір техніки та інструментарію для формування іміджу, які безпосередньо залежать від його мети:

1. Підвищення іміджу (ціль полягає у зростанні авторитетності, значущості та збільшенні симпатій до об'єкта);
2. Формування популярного та відомого образу/бренду (ціль кампанії – щоб люди звернули увагу на об'єкт і запам'ятали його);
3. Встановлення позитивних асоціацій (ціллю є формування позитивного іміджу, який би викликав довіру, лояльність та інтерес до об'єкта з боку населення) [28].

Для державних службовців найбільш актуальною ціллю є саме встановлення довірливих стосунків з населенням, які засновані на повазі та підтримці, тому їм необхідно знати базові техніки формування позитивного іміджу, основними інструментами яких є:

- Зовнішня привабливість. Не є секретом, що люди йдуть на контакт легше і швидше з привабливими людьми, які викликають у них симпатію. Згідно з дослідженнями, зовнішня привабливість відіграє одну з ключових ролей в процесі знайомства з населенням, адже основа для формування стосунків чи взаємовідносин закладається в перші секунди зорового контакту, коли оцінити когось можна тільки візуально. Але це стосується не лише державних службовців, як людей, а й приміщення в якому вони працюють – красиво та вдало оформлений інтер'єр допоможе громадянам почувати себе комфортно та впевнено;

- Гарний настрій. Незмінною аксіомою є те, що люди симпатизують тим, хто ставиться до них добре. Тому, позитивне ставлення та приємне спілкування з боку державного службовця забезпечить йому позитивну думку про нього та організацію, в якій він працює, від громадян. І, навпаки, якщо державний службовець дозволить собі грубощі по відношенню до населення, це завдасть серйозної шкоди його іміджу та іміджу установи в цілому;

- Позитивні меседжі для громадськості. Привітання зі святами, вираження уваги до населення тощо створює відчуття турботи про громадян з боку органів влади;

- Особистий внесок. Відгук на проблеми населення, вираження підтримки та ін. формує хорошу базу для встановлення контакту та підтримки взаємодії і діалогу між представниками влади та громадськістю;

- Розмежування від негативних чинників. Суть цього інструменту полягає в оперативному та швидкому реагуванні на компрометуючі події чи факти. Висвітлення негативної події, яка сталась, допоможе запобігти виникненню пліток та їх поширенню. В таких ситуаціях не варто приховувати інформацію, оскільки це може зруйнувати уже створені репутацію та імідж. Потрібно якомога швидше зреагувати, повідомивши про це населення, і засудити негативний вчинок, при цьому зробивши акцент саме на засудженні вчинку, як такого, а не усієї системи взагалі [29].

Таким чином стає зрозуміло, що формування іміджу має відбуватись за допомогою спеціального інструментарію, який створений спеціально для цього і який може допомогти оперативно вирішити всі задачі та подолати всі перешкоди, що виникають на кожному з етапів побудови необхідного образу державного службовця чи органу в якому він працює.

Отже, імідж державного службовця – це сукупне уявлення про цю особу, яке формується внаслідок всебічного аналізу громадськістю зовнішніх та внутрішніх характеристик об'єкта, його вчинків та дій. Кожен державний службовець є представником країни, тому від його іміджу безпосередньо залежить імідж органу державної влади, в якому він працює.

Однак імідж не створюється одномоментно, цей процес є тривалим і складним, оскільки відбувається поетапно, з урахуванням усіх особливостей, бажань та прагнень реципієнта іміджу, а також з аналізом та визначенням сильних і слабких сторін індуктора. Створення іміджу буде максимально ефективним, якщо воно буде базуватись на основних принципах його побудови,

серед яких виділяють принципи стабільності, далекоглядності, системності, справедливості, державної підтримки та допомоги тощо.

Окрім базових принципів, існують спеціально розроблені техніки та інструменти формування іміджу: часто в цій царині іміджмейкери співпрацюють з PR-фахівцями, адже обидві спеціальності взаємодоповнюють одна одну. Таким чином, питання формування позитивного іміджу державних службовців було і залишається нині особливо актуальним для усієї системи державного управління загалом.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ СТАНУ ІМІДЖУ СЛУЖБОВЦЯ ПАТРУЛЬНОЇ ПОЛІЦІЇ В УКРАЇНІ

2.1. Інструменти формування позитивного іміджу службовців патрульної поліції

Служіння суспільству, забезпечення, реалізація та захист прав і свобод своїх громадян є одними з основних цілей функціонування демократичної правової держави, базовим інструментом для здійснення яких є інститут державної служби.

Сьогодні світова спільнота накопичила чималий багаж знань у сфері створення та реформування необхідного іміджу службовців патрульної поліції, де досвід кожної країни може бути показовим та актуальним. Однак є ті держави, які уже досягли значних результатів, а є ті, кому ще треба пройти довгий шлях в процесі досягнення зазначених цілей. Одними з найбільш показових у цьому питанні є держави Європейського Союзу, проаналізувавши досвід формування іміджу службовців патрульної поліції у яких, Україна може запозичити собі найкраще.

Розуміючи важливість позитивного іміджу, як невід'ємної частини формування партнерських відносин між представниками влади та суспільства, в країнах Європи у 2010-2013 роках Європейський Комітет з питань соціального діалогу (SDC/CGA) здійснив ряд соціологічних досліджень та опитувань, щоб дослідити та проаналізувати стан іміджу службовців патрульної поліції європейських країн. В межах досліджень було розглянуто діяльність 13 держав, серед яких, зокрема, були Франція, Естонія, Великобританія, Польща, Фінляндія, Іспанія, Греція та ін. [30].

Дослідження базувалось на аналізі декількох основних характеристик, які впливають на імідж службовців патрульної поліції в обраних країнах: на сприйнятті даного органу населенням держави – з одного боку, і на ставленні до своєї роботи самими службовцями патрульної поліції – з іншого.

В процесі проведення дослідження, здійснювалось безпосереднє вивчення 3 показників: оцінки населенням державних послуг, які вони отримують; думки громадськості щодо професійності та результативності діяльності службовців патрульної поліції; сприйнятті суспільством патрульної поліції в ролі потенційного роботодавця.

Вивчення першого питання продемонструвало, що найважливішим для громадян є якість державних послуг [31]. Дослідження відбувалось шляхом виставлення респондентами оцінки від 0 до 100 для визначених позицій, серед яких були зазначені: ставлення службовців патрульної поліції до громадян, доступність отримання послуг, повнота інформації, своєчасність отримання послуги тощо. Найбільшу оцінку, яка дорівнювала 83 балам, отримав пункт під назвою «ставлення службовців патрульної поліції», який означає, що під час їх взаємодії з населенням, вони проявляли уважність, ввічливість та доброзичливість. Найменшу оцінку – 76 балів – респонденти поставили за критерій «своєчасність послуги» [32]. Тобто, зазвичай, послуги надавались із запізненням, що спричиняло незадоволення з боку громадян і було зумовлено низьким рівнем цифровізації у сфері надання послуг та недостатньо хорошим функціонуванням інститутів зв'язку, на що потім в процесі реформування державної служби та коригування іміджу службовців патрульної поліції було акцентовано значну увагу.

Дослідження другого питання дозволило визначити думку населення тієї чи іншої країни щодо професійності діяльності службовців патрульної поліції. Результати опитувань були вкрай різними: частина респондентів позитивно оцінила роботу представників патрульної поліції, інша частина категорично заперечила ефективність їх роботи. Такі факти дають підстави думати, що на формування іміджу службовців патрульної поліції впливають наявні у населення різних держав стереотипи. К. Деммке стверджує, що негативна оцінка діяльності службовців патрульної поліції базується саме на стереотипному порівнянні державних установ з приватними, в порівнянні з якими перші демонструють меншу гнучкість, оперативність та відкритість [33, с. 114–115].

Проаналізувавши основні чинники, які негативно впливають на формування іміджу службовців патрульної поліції, польський вчений Р. Собех визначив такі:

- відсутність повної звітності про діяльність та роль органів державної влади у процесі розвитку суспільства;
- низький рівень обізнаності громадськості щодо ефективності роботи службовців патрульної поліції [33].

Зазначені чинники дають підстави вважати, що значна частина населення практично кожної дослідженої держави, в цілому, не розуміє мету та завдання державного управління, не усвідомлює його колосальний вплив на суспільство, що відбувається через низький рівень інформованості громадськості про процеси, які відбуваються в суспільстві.

Зокрема, в державах континентальної Європи половина респондентів була незадоволена роботою службовців патрульної поліції у сфері інформування суспільства, оскільки опитані вважали, що в деяких питаннях державні органи надають неповні звіти громадськості і тому в їх роботі присутній інформаційний пробіл. У Східній Європі ж увага опитаних зосередилась на, на їх думку, великих витратах на утримання державного апарату: 35% респондентів були переконані, що робота службовців патрульної поліції є обтяжливою для їх країни, 27% вважали за краще скоротити витрати на утримання органів державної влади в цілому. У країнах Південної Європи настрої населення були більш категоричними: 73% опитаних зазначили, що їх державам необхідні заходи жорсткої економії коштів, які витрачають на своє функціонування органи державної влади [34].

Щодо третього досліджуваного питання – сприйняття суспільством правоохоронних органів в ролі потенційного роботодавця – суть опитування полягала у визначенні рівня задоволеності службовців патрульної поліції своєю професією та діяльністю. Було визначено, що основним чинником, який впливав на зазначений показник, була довіра з боку населення. Адже саме довіра допомагає формувати адекватну основу для співпраці між службовцями

патрульної поліції та громадськістю. Близько 82% опитаних працівників правоохоронних органів стверджували, що були цілком задоволеними своєю роботою. Варто зазначити, що більшість з них були жителями держав, де відзначався високий рівень довіри суспільства [35].

Також одними з базових критеріїв для задоволення від праці виступили стабільність та хороші умови роботи. Зокрема, 40% опитаних зазначили, що робота в правоохоронних органах є порівняно стабільною і дозволяє їм розраховувати на щось конкретне у майбутньому, створювати певні плани, що забезпечує досягнення раціональної межі між особистим життям і роботою. А для 37% опитаних, задоволення від роботи виникало внаслідок розуміння важливості їх праці, адже вона є суспільно корисною та важливою і дає змогу впливати на політику своєї держави [32, с. 46–47].

Під час проведення дослідження одним з поставлених респондентам питань було таке: «За допомогою яких засобів та інструментів можна покращити імідж органів державної влади в очах громадськості?». Завдяки аналізу та систематизації відповідей, Європейським комітетом з питань соціального діалогу було сформульовано конкретні пропозиції щодо покращення іміджу службовців патрульної поліції у країнах Європи, які також можуть бути корисними для України.

Зокрема, 27% респондентів відповіли, що потрібно покращити зв'язки з громадськістю та виправити пробіли в процесі інформування суспільства про роботу правоохоронних органів. Також вони наголошували на тому, щоб пришвидшити процес цифровізації надання послуг органами державної влади, що, своєю чергою, зменшить витрати на виконання управлінських функцій ними і прискорить процес отримання послуг громадянами. Крім того, респонденти також зауважили про необхідність ширшої демонстрації результатів та ефективності роботи службовців патрульної поліції, проведення роз'яснювальної роботи щодо цього, а ще отримання фідбеку від населення шляхом створення якісного зворотного зв'язку між правоохоронними органами та громадськістю [32, с. 40-42].

В цілому, формування позитивного іміджу службовців патрульної поліції прямо залежить від тих результатів їх роботи, які бачить громадськість; від безпосередніх змін, які відбуваються в суспільстві. В більшості випадків покращення іміджу вимагає серйозних реформ та змін у сфері державного управління, але ігнорувати ці вимоги не можна, адже імідж є відображенням думки громадськості про службовців патрульної поліції. Тобто, якщо імідж поганий, то якість роботи правоохоронних органів є низькою.

Тому опираючись на отримані статистичні дані, очільники європейських країн зробили висновок, що формування довіри до правоохоронних органів можливе тільки у випадку, коли влада може демонструвати громадськості об'єктивну, повну інформацію про свої дії, показуючи прозорість у своїй політиці. Таким чином, було обрано основний напрямок реформування, який би зміг допомогти сформувати позитивний імідж службовців патрульної поліції, і ним стали інститути зв'язку та цифровізації.

Сьогоднішні зміни в політиці держав Європейського Союзу відбуваються шляхом встановлення контакту між представниками інститутів зв'язку та цифровізації і молоддю цих держав, яка росте і розвивається в епоху активного створення та вдосконалення цифрових технологій.

Варто зазначити, що покращення іміджу службовців патрульної поліції шляхом вдосконалення інститутів зв'язку та цифровізації нині виступає одним з найбільш ефективних механізмів поліпшення стосунків між органами державної влади та населенням в країнах Європи. Це зумовлено декількома факторами:

1. активним розвитком інформаційно-комунікативних технологій, що значно збільшує сфери впливу іміджу органів влади;
2. зростанням іміджевої ролі інститутів зв'язку та цифровізації в процесі забезпечення ефективної та якісної реалізації державної політики [36, с. 100].

Тому для підтримки позитивного іміджу у цій сфері систематично розробляються і впроваджуються стратегічні плани та програми, реалізуються різні інформаційні акції для населення.

Наприклад, Республіка Польща активно займається питанням соціального захисту громадян та покращенням їх добробуту. Зокрема, з 2018 року в державі діє закон, відповідно до якого реєстрація народження дитини стала доступна в режимі онлайн. Таким чином створюються додаткові можливості для батьків і спрощується процедура реєстрації, внаслідок чого покращується репутація органів державної влади і підвищується їх імідж. Але лише на цьому зміни не завершуються: після реєстрації відповідної заяви у Відділі реєстрації актів цивільного стану заявнику також відправляють копію свідоцтва про народження, номер PESEL (універсальна електронна система реєстрації населення) та свідоцтво про реєстрацію. Саме же документ доступний у електронному чи паперовому вигляді [37].

Також показовою в цьому плані державою є Естонія, яка знаходиться на шляху формування позитивного іміджу за допомогою Міністерства економіки та комунікацій. До 2017 року Естонія зосереджувала свої зусилля на навчанні осіб з низьким рівнем кваліфікації та літніх людей працювати з інформаційними технологіями. Але ці заходи дали відносно невисокий результат. Тому в 2017 році вона обрала за основу ІТ-компетенції, що мають забезпечити молодим спеціалістам можливість навчитися інтелектуальному аналізу даних, отримати аналітичні можливості та кібербезпеку. З цією метою в Естонії було реалізовано такі заходи:

- створено спеціальну академію, основною ціллю функціонування якої є зростання рівня освіти у галузі інформаційно-комунікаційних технологій та збільшення її життєздатності;

- змінено законодавство з метою створення передумов для залучення кращих (можливо, зарубіжних) експертів до Естонії.

Такі заходи посилюють рівень довіри населення до інститутів зв'язку в державі, допомагають збільшити конкурентоздатність цієї галузі, створюючи необхідні умови до збільшення іноземних інвестицій у державу, а також підвищують авторитет органів державної влади [37].

Не залишилась осторонь змін і Великобританія, а саме: Центром урядового зв'язку, який відповідає за захист інформації органів уряду та армії, у 2016 році було створено та реалізовано фінал учнівського конкурсу для дітей 13- 14 років з Глостершира. Конкурс полягав у винайденні нових пристроїв та формуванні нових ідей у інформаційно-комунікативній галузі. Перемогу отримала команда коледжу міста Челтнем, яка здивувала всіх своїм Helm-i – захисним шоломом з великою кількістю різноманітних функцій, серед яких був доступ до тієї чи іншої інформації під час руху. Після завершення конкурсу заступник головного технічного директора Центру озвучив, що дуже пишається тим фактом, що держава заохочує школярів до співпраці, особливо у сфері інновацій [38].

Варто зазначити, що такі заходи з боку державних органів виховують у юного покоління повагу до держави ще зі шкільного віку, а також сприяють позитивному сприйняттю дій державних службовців і формуванню основи для розбудови довірливих партнерських стосунків між громадянином і державою у майбутньому.

Зосередила свої основні зусилля на роботі з молоддю і Федеративна Республіка Німеччина. З 2013 року за допомогою Федерального міністерства транспорту і цифрової інфраструктури Німеччини, його взаємодії з профспілками та асоціаціями було засновано щорічне вручення премій за нові якісні розробки, які започатковують національні навчальні установи та заклади у сфері транспорту та логістики. Наприклад, у 2018 році запропонованою темою конкурсу була «Логістика у місті», де, після 24-годинного заходу, було вручено нові премії за кращі освітні пропозиції та винаходи 3 командам [39].

Дещо ширші заходи вводить Фінляндія, де плани та стратегії вдосконалення сфери зв'язку і цифровізації затверджуються на декілька десятиліть вперед. А саме: в 2017 році Міністерство транспорту та комунікацій затвердило відповідні плани періодом аж до 2050 року. План розрахований на те, що шляхом використання технологічних інструментів, які активно і швидко розвиваються, в майбутньому Фінляндія стане однією зі світових держав-лідерок у сфері зв'язку.

Фактично, розробники плану хочуть забезпечити стабільний економічний зріст та розвиток держави, а також надавати високоякісні та конкурентоспроможні комунікаційні послуги для своїх громадян, щоб позитивні зміни в житті суспільства торкнулись кожного жителя Фінляндії, а його умови життя стали кращими та комфортнішими. Усі розроблені плани та стратегії в цій сфері отримали схвальну оцінку від населення і були розміщені на офіційному сайті Міністерства. Таким чином, відбулась ефективна взаємодія з населенням, яка сприяла підвищенню іміджу зазначеного Міністерства та державного апарату в цілому [40].

Щодо України та цифровізації у діяльності правоохоронних органів, важливо згадати Концепцію програми інформатизації системи МВС України та центральних органів виконавчої влади, діяльність яких спрямовується та координується Кабінетом Міністрів України через міністра внутрішніх справ України на 2-21-2023 роки. Основні напрямки зазначеного документу - проекти цифрової трансформації з інтеграції відомчих інформаційних ресурсів, з надання поліцейських послуг, у сфері цивільного захисту, запобігання виникненню надзвичайних ситуацій та ліквідації їх наслідків, у сферах міграції та захисту державного кордону.

Так, інформатизацію діяльності, а саме підвищення ефективності роботи і взаємодії через максимальне використання інформаційно-комунікаційних технологій у реалізації завдань органами системи МВС, визначено одним з основних підходів для досягнення цілей Стратегії.

Концепція програми інформатизації на найближчі три роки ставить на перше місце питання розвитку цифрової інфраструктури системи МВС та ЦОВВ, спільне створення нових форматів виконання поточних завдань і закладення механізмів та ділових моделей для успішного подолання майбутніх викликів перед системою МВС.

Дзеркалом стану модернізації та оптимізації діяльності органів системи МВС за допомогою цифрових технологій повинна стати цифрова екосистема. На нинішньому етапі цифровізації органів системи МВС, якою, власне, займається

Департамент інформатизації, пріоритетними стають такі технології, як аналітика великих даних (Big Data), предиктивна аналітика, хмарні обчислення, бездротові комунікації, дистанційне управління та обслуговування, інтеграція систем управління. Такий підхід передбачає ефективне функціонування органів системи МВС у цифровій інфраструктурі країни.

Нова галузева програма інформатизації системи МВС та ЦОВВ зосереджена на розбудові публічних сервісів єдиної інформаційної системи МВС, упровадженні та модернізації національних електронних інформаційних ресурсів як складових ЄІС МВС, створенні інноваційної інфраструктури органів системи МВС.

Також варто зазначити, що реалізація галузевих проєктів інформатизації закріплена у розпорядженні Кабінету Міністрів України від 17 лютого 2021 р. № 365-р, яким схвалено такі наступні проєкти цифрової трансформації системи Міністерства внутрішніх справ України на період до 2023 року:

- «Безпечна країна»;
- «Система 112»;
- Модернізація електронних інформаційних ресурсів у сфері безпеки дорожнього руху;
- Єдиний реєстр зброї;
- Реєстр відомостей про статус особи у кримінальному провадженні та судимості;
- Єдиний сервіс ідентифікації фізичних осіб;
- Єдиний Державний реєстр територіальних громад;
- Система планування та управління об'єднаними силами із забезпечення громадської безпеки та ліквідації надзвичайних ситуацій;
- Модернізація загальнодержавної автоматизованої системи централізованого оповіщення;
- Територіальна автоматизована система централізованого оповіщення;
- Єдина база сил цивільного захисту;

- Модернізація підсистеми Реєстрації місця проживання Єдиної інформаційно-аналітичної системи управління міграційними процесами в Україні;
- Створення підсистеми Статистики та аналітики Єдиної інформаційно-аналітичної системи управління міграційними процесами в Україні;
- Поліцейські послуги (My Pol);
- Розвиток сервісів для осіб, що перетинають державний кордон;
- Автоматизація ділових процесів працівників прикордонної служби.

Інтеграція цифрових технологій у процеси діяльності органів системи МВС має стати пріоритетом державної політики при створенні єдиної стійкої функціональної системи внутрішніх справ як частини сектору національної безпеки.

Під час реалізації галузевої програми інформатизації у 2021 – 2023 роках планувалось запровадження й подальший розвиток електронних сервісів у найбільш важливих сферах життєдіяльності суспільства, зокрема у сфері розробки єдиного середовища електронної ідентифікації та автентифікації осіб, єдиного адресного простору, синхронізації даних реєстрів територіальних громад тощо.

Підсумовуючи, можна дійти висновку, що нині, на жаль, не існує єдиної універсальної моделі для покращення іміджу службовців правоохоронних органів в цілому та службовців патрульної поліції зокрема та органів, які вони представляють, адже ефективність її діяльності в тій чи іншій країні залежить від багатьох факторів, серед яких варто відзначити економічний потенціал, культурні особливості життєдіяльності суспільства, політичні умови тощо. Але аналіз практик європейських країн перспективні плани України та їх реалізація дасть можливість підібрати ключові елементи, які підійдуть саме Україні, що, в свою чергу, допоможе поліпшити результативність та ефективність діяльності службовців патрульної поліції.

2.2. Особливості сучасних тенденцій формування іміджу службовців патрульної поліції в Україні

Нинішній стан іміджу службовців патрульної поліції в Україні є результатом тривалої взаємодії багатьох чинників, які впливають на них, а також безпосередньо залежать від них самих. Зокрема, найбільший вплив на формування іміджу службовців патрульної поліції вносять негативні явища та тенденції, які сьогодні спостерігаються в системі державної служби України в цілому, а саме: непрозорість, замкнутість, корупція, які категорично перекреслюють сутність публічності державної служби, як єдиної ланки між громадянами та державою. Такі чинники сприяють збільшенню розриву між представниками влади та громадськістю, а також зниженню рівня престижності професії службовця патрульної поліції. Окрім того, відносно невисокий рівень моральності та етичної культури службовців патрульної поліції значно зменшує ефективність їх взаємодії з населенням [34].

Українські вчені та дослідники вважають, що суспільство вкрай незадоволене поведінкою службовців патрульної поліції і низькою якістю послуг, які вони надають. Адже хабарництво, відсутність захисту звичайних громадян від «чиновницького свавілля», зволікання та повільність в процесах отримання окремих послуг тощо створюють основу для формування негативного іміджу правоохоронних органів [41].

Варто зазначити, що поганий стан речей підтверджують також міжнародні дослідження, зокрема це проявляється через індекс державних послуг та індекс сприйняття корупції. Дослідженням індексу державних послуг займається авторитетний сайт TheGlobalEconomy.com, який систематично досліджує та надає актуальну інформацію щодо рівня ВВП, інфляції в тій чи іншій країні тощо.

Джерелами інформації для сайту є Міжнародний валютний фонд, ООН, Світовий банк та ін. Індикатор державних послуг було започатковано у 2007 році. Він відображає рівень виконання основних функцій держави, де оцінка «0»

означає високий рівень якості державних послуг, а «10» – низький. Індикатор охоплює декілька показників, серед яких є ті, які демонструють швидкість надання державних послуг; кому держава надає ті чи інші послуги – керівним елітам, таким як персонал президента, працівникам центрального банку чи дипломатам тощо; рівень утримання загальної інфраструктури в країні та ін.

Згідно з даними сайту за 2021 рік, рейтинг індикатору державних послуг включає 173 країни, з яких найгірший показник – 10 – отримала Центральноафриканська Республіка, яка зайняла перше місце, а найкращий показник – 1,20 і останнє місце в рейтингу – 173 – отримала Ісландія.

Україна ж посіла 110 місце з показником 4,50 і поступилася таким державам як Словаччина, Російська Федерація, Грузія, Угорщина та ін.

Варто зазначити, що в період з 2007 по 2021 р. найкращі показники Україна мала у 2013 році – 3,6 бала. Також показники були приблизно стабільними з 2014 по 2019 р. і коливались від 3,8 до 4,0. Однак у 2021 показники значно погіршились і досягли рівня 2007 року [42].

Визначенням Індексу сприйняття корупції займається Transparency International – берлінська неурядова організація, яка представлена рухом, що функціонує у понад 100 країнах світу, щоб покласти край корупції в їх державних апаратах. Індекс був заснований у 1995 році і нині він відіграє роль провідного показника корупції у державному секторі, адже формується на основі 13 експертних оцінок та опитувань директорів та керівництва різних підприємств. Варто зазначити, що, на відміну від попереднього індексу, в цьому випадку чим більше балів отримано – тим краще.

Наприклад, оцінка 90-100 означає, що країна практично викорінила корупцію та хабарництво, а оцінка в 10-0 балів демонструє високий рівень корумпованості держави. Згідно з оцінюванням за 2020 рік, Україна займає місце у 117 рангу з оцінкою в 33 бали, і знаходиться на одному рівні з такими країнами як Непал, Сьєрра-Леоне та Замбія [42].

Однак згідно до Індексу сприйняття корупції, впродовж останніх 4 років – з 2016 по 2020 – серйозних змін в сфері протидії корупції в державному секторі

України не відбулось, а її показники коливаються в межах 29-33 балів. Узагальнюючи результати досліджень, можна зробити висновок про наявність кризових явищ в системі державної служби України в цілому, що зумовлено кризою в суспільстві загалом. Такі кризові явища серйозно впливають на імідж службовців патрульної поліції, пошкоджуючи його.

Сьогодні можна помітити яскраву тенденцію зниження рівня довіри громадськості до правоохоронних органів. Суспільство ставить під сумнів можливість якісного розв'язання своїх проблем та швидкого отримання адміністративних послуг за допомогою службовців патрульної поліції. А оскільки у свідомості населення патрульний є не просто фахівцем, а особою, яка представляє державу, то його поведінка, дії, ставлення до суспільства та своїх обов'язків, його зовнішній вигляд та особистий авторитет уособлюють не лише репутацію правоохоронного органу, в якому він працює, а й репутацію держави взагалі [43].

Дослідження та проведення аналізу робіт та статей сучасних науковців щодо формування іміджу службовців патрульної поліції в Україні дозволяють виділити такі базові проблеми у цій сфері:

- Відсутність єдиної програми чи концепції створення іміджу для керівництва правоохоронних органів. Варто сказати, що в українському законодавстві створено та діє значна кількість законодавчих актів, які регулюють роботу державних службовців з метою створення усіх умов для того, щоб їх робота була прозорою та відкритою для громадськості, зокрема Закон України «Про інформацію», Закон України «Про доступ до публічної інформації» та ін., однак ці нормативно-правові акти на практиці мало впливають на коригування іміджу службовців патрульної поліції;

- Наявність інформаційних пробілів у висвітленні результатів діяльності правоохоронних органів. Державна інформаційна політика інколи має фрагментований характер, зокрема у сфері становлення взаємодії та стосунків з громадськістю, що негативним чином впливає на формування іміджу представників держави;

- Наявність недовіри населення до правоохоронних органів. Довіра з боку населення – це важлива складова в процесі будувannya державної політики та її реалізації у країні. Тому відсутність довіри значно ускладнює проведення будь-яких реформ та змін в державі, гальмує впровадження нових програм та робить державну владу обмежено дієздатною в сфері здійснення впливу на своїх громадян;

- Негативні тенденції в системі державної служби. Ці тенденції проявляються через хабарництво, «свавілля» державних службовців та їх низьку моральність;

- Відсутність універсальної програми для органів державної влади щодо створення партнерських стосунків з громадськістю, що призводить до байдужості та ігнорування думок і позицій населення при прийнятті та реалізації рішень, які безпосередньо впливають на їх життя;

- Низька якість співпраці зі ЗМІ. ЗМІ є одними з найбільших інфлюенсерів, здатних оперативно формувати необхідний образ службовців патрульної поліції, адже вони є, фактично, «четвертою владою» і мають міцний запас довіри з боку населення. Тому, часто вони виступають єдиною ланкою між органами державної влади та суспільством.

Тобто, побудова позитивного іміджу службовців патрульної поліції неможлива без створення ефективної взаємодії між владними інститутами та ЗМІ тощо [44].

Україна давно зрозуміла важливість іміджу службовців патрульної поліції для реалізації своєї політики як всередині країни, так і за її межами, тому уже впродовж тривалого часу займається реформування системи державної служби в цілому, а також поліпшенням добробуту населення. Зокрема, зрозумілим є факт, що для якісного підвищення іміджу правоохоронних органів необхідно будувати їх роботу так, щоб вона враховувала основні вимоги розвитку інформаційного суспільства та цифрових технологій. Тому, нині Україна активно аналізує досвід Європейських держав у цій сфері.

Наприклад, з метою реформування державної служби та покращення її іміджу в Україні було створено спеціальну установу – Центр адаптації державної служби до Стандартів Європейського Союзу. Створено його було у 2008 році шляхом реформування, перейменування та розширення повноважень Центру сприяння інституційному розвитку державної служби.

Метою функціонування Центру адаптації державної служби до стандартів Європейського Союзу є поглиблення співробітництва між Україною та ЄС у сфері державної служби, покращення якості державного управління шляхом впровадження найкращого міжнародного досвіду в цій сфері, зростання перспективності та авторитетності праці державних службовців шляхом збільшення їх професійного рівня [45].

Тому сьогодні Україна слідує прикладу європейських країн і реформує інститути зв'язку, зосереджуючи при цьому значну увагу на процесах цифровізації. Зокрема, найбільш масштабним цифровим проектом країни за останні роки стала «Дія» – мобільний застосунок і веб-портал, який уособлює в собі ідею «держави у смартфоні» [46].

Сама назва є доволі символічною і розшифровується як «держава і я». Онлайн-сервіс забезпечує користувачам доступ до даних про себе з державних реєстрів та доступ до електронних версій своїх документів: паспорта, закордонного паспорта, студентських квитків, водійського посвідчення тощо. Варто зазначити, що для запуску цього додатку, Україна поглибила свої контакти з Естонією, у якої вже є необхідні для цього досвід та практика [47].

Цікавим є той факт, що створення цього додатку було основною передвиборчою обіцянкою Володимира Зеленського під час президентських виборів в 2019 році, яка була доволі швидко реалізована: додаток презентували уже 6 лютого 2020. Варто зазначити, що застосунок швидко став популярним серед українців, адже значно спростив справу з документами, процедура отримання яких стала набагато швидшою та простішою.

Фактично, це була відповідь на довгоочікувану невисловлену потребу суспільства в цифровізації адміністративних послуг, про що можна судити з того,

що через два місяці з моменту запуску додатку, ним почали користуватись 3 млн 25 тис. українців.

Для того, щоб реалізувати такий рішучий крок було створено Міністерство цифрової трансформації, на яке поклали функцію формування державної політики у сфері цифровізації, тому, відповідно, саме воно і стало відповідальним за додаток «Дія».

При створенні додатку Міністерством цифрової трансформації було проголошено базові середньострокові цілі до 2024 року, серед яких:

- Доступність 100% публічних послуг для громадськості в режимі онлайн;
- Забезпечення доступу до швидкісного інтернету для 95% населення, соціальних об'єктів та головних доріг;
- Залучення та допомога в опануванні цифрових вмінь та навичок для 6 млн українців;
- Досягнення ІТ-сферою 10% частки у ВВП держави [39].

Загалом, створення «Дії» стало своєрідним брендом, який дав надію громадянам України на те, що співпраця держави та її жителів може бути швидкою, оперативною та не корумпованою. Варто зазначити, що дискусійним є питання щодо захищеності конфіденційних даних користувачів додатку, адже про це досі точаться суперечки. Однак, у будь-якому випадку, завдяки такому серйозному кроку в сфері цифровізації Україна підвищила свій авторитет та покращила імідж органів державної влади з боку громадян, а також привернула до себе увагу зі сторони міжнародних партнерів.

Окрім цифровізації адміністративних послуг, політика покращення іміджу державної служби зараз також набуває спрямування на створення контакту та отримання взаємодії з молоддю, адже саме діти є майбутнім держави, тому працювати з ними, формуючи у них повагу до державної служби, потрібно уже зараз.

Протягом 2018–2020 років та I кварталу 2021 року з метою здійснення превентивної та профілактичної діяльності, спрямованої на забезпечення безпеки дорожнього руху, наприклад, та запобігання вчиненню правопорушень

у сфері безпеки дорожнього руху, Національною поліцією, у тому числі Департаментом патрульної поліції, проведено низку цільових заходів, зокрема:

- щорічний загальнонаціональний «Тиждень безпеки дорожнього руху», широкомасштабні комплексні заходи під умовною назвою «Пішохід», «Перевізник», «Небезпечний вантаж», «Безпека дорожнього руху – це життя», «Безпечне шосе», які спрямовані на запобігання вчиненню правопорушень у сфері безпеки дорожнього руху, зменшення кількості ДТП і тяжкості їх наслідків, підвищення рівня правової культури учасників дорожнього руху;

- комплекс цільових заходів, спрямованих на профілактику аварійності та зниження тяжкості її наслідків, метою якого було посилення контролю за безпекою дорожнього руху на автомобільних дорогах країни, у тому числі виявлення у водіїв транспортних засобів ознак алкогольного, наркотичного чи іншого сп'яніння, а також дотримання вимог законодавства в зазначеній сфері;

- шкільні офіцери поліції на постійній основі проводили профілактичні уроки в закладах освіти, а також зустрічі з батьками здобувачів освіти щодо безпеки дорожнього руху: «Шкільний офіцер поліції», «Будь помітним», «Професія поліцейського», «Безпечна дорога до школи», «Дитина та автомобільний транспорт», «Безпечна поведінка в автомобілі», «10 головних правил безпеки для дітей», «Безпека дорожнього руху для велосипедистів»;

- майстер-класи з виготовлення флікерів (світловідбиваючих брелоків), акції: «Відповідальний пішохід», під час якої на тротуарах перед пішохідними переходами поліцейські разом із волонтерами наносили написи з попереджувальним змістом: «Візьми дитину за руку», «Зніми навушники», «Сховай телефон», «Подивися вліво-вправо» тощо, спрямовані на те, щоб ці «малюнки безпеки» акцентували увагу пішоходів на русі транспорту та закликали бути уважними під час переходу проїзної частини.

Крім того, проведено акції серед пішоходів: «Будь свідомим», «Будь видимим», «Засвітись», «Випробуй у безпеці», «Діти на дорозі», «Безпечна дорога», аби нагадати дорослим та дітям Правила дорожнього руху. У період з 08.10.2018 р. по 14.10.2018 р. відповідно до наказу Нацполіції від 08.10.2018 р.

№ 93618 поліцейськими ДПП проведено пілотний проєкт щодо фіксації порушень водіями транспортних засобів установлених обмежень швидкості руху, для реалізації якого використовувалися лазерні вимірювачі швидкості «TruCAM».

Проведення пілотного проєкту проводилось на автошляхах держави з урахуванням ділянок доріг, де зареєстровано найбільшу кількість дорожньо-транспортних пригод у зв'язку із перевищенням водіями транспортних засобів швидкості руху. За даними Національної поліції, реалізація пілотного проєкту позитивно вплинула на зменшення кількості ДТП, у зв'язку з чим контроль швидкості лазерними вимірювачами «TruCAM» був запроваджений на постійній основі та збільшено перелік ділянок автодоріг держави, на яких такий контроль здійснювався територіальними (відокремленими) підрозділами ДПП.

Наказами ДПП від 12.06.2020 р. № 1135 «Про внесення змін до доручення ДПП від 29 жовтня 2019 року № 18443/41/27/02-19» (визначено 209 ділянок), від 24.07.2020 р. № 1548 (визначено 252 ділянки) та від 26.02.2021 р. № 341 (визначено 309 ділянок). Усього з 18.10.2018 р. по 31.03.2021 р. поліцейськими за допомогою приладів «TruCAM» здійснено більш як півтора мільйона (1 537 тис.) вимірювань, під час яких зафіксовано 995,4 тис. перевищень швидкості водіями транспортних засобів та складено 936,6 тис. матеріалів про адміністративні правопорушення, або 94,1 відсотка. За цей період за 58,8 тис. випадків перевищення швидкості (5,9 відс.) поліцейськими не було складено матеріали про адміністративні правопорушення.

Отже, в системі державної служби України сьогодні можна прослідкувати наявність кризових тенденцій та явищ, які суттєво шкодять формуванню позитивного іміджу службовців патрульної поліції. Однак держава робить певні кроки з метою виправлення ситуації: як і країни Європи, зараз вона займається цифровізацією адміністративних послуг, що є особливо актуально, враховуючи активний розвиток новітніх інформаційних технологій. Та для цього необхідно посилити співпрацю з державами Європейського Союзу, оскільки вони вже мають досвід та напрацювання у цій сфері. Окрім того, щоб розв'язати проблему

з формуванням позитивного іміджу службовців патрульної поліції, необхідно чітко розуміти, які саме дії треба робити; що передусім хоче змінити в своїй державі її громадянин. А для цього варто активізувати процеси встановлення та поліпшення стосунків між службовцями патрульної поліції і суспільством, щоб чітко усвідомлювати його потреби та підлаштовуватися під них.

РОЗДІЛ 3

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМІВ ТА ЗАСОБІВ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ СЛУЖБОВЦІВ ПАТРУЛЬНОЇ ПОЛІЦІЇ

Станом на сьогодні Національна поліція України в своїй діяльності набула певного професійного досвіду як елемента правоохоронної національної системи держави. Разом із тим, в цілому ряді напрямів означеної діяльності Національна поліція усе ще перебуває в стані, що потребує вдосконалення. Такими достаточному кінцевому результаті – й формування та закріплення за нею відповідного бренду високопрофесійного правоохоронного органу.

Зазвичай багато наших громадян вбачають у працівника правоохоронних органів людей, що спроможні прийти їм на допомогу у тяжкі хвилини, але при необхідності звертатися до них хочуть не завжди через те, що не впевнені у її наданні. Варто пам'ятати, що позитивний імідж правоохоронних органів вкрай складно створити, але легко втратити завдяки окремим випадкам не законних дій, не обґрунтованого використання спеціальних засобів та зброї, хабарництва тощо окремого співробітника правоохоронного органу, які у свідомості громадян інтерполюються на всю правоохоронну систему.

Підтвердженням цього є багаточисельні розслідування й судові процеси. Переконати суспільство, що співробітник правоохоронних органів завжди буде на захисті громадянина сьогодні дуже складно, але, як єдиний приклад, створена нова Національна поліція докладает багато практичних зусиль, щоб це зробити.

Неповазі до правоохоронних органів, відчуттю неможливості змінити щось на краще сприяють деякі тлумачення та коментарі реальних подій в мас-медіа й з іншого боку, пришвидчують необхідність здійснення реформ, які давно набули актуальності. Однак концентрація зусиль лише на ліквідації «старої» міліції й створенні нової Національної поліції і в складі її вже реально діючої патрульної поліції це лише перший крок, хоча й дуже потужний, що на теперішній час дає необхідний ефект, але все ж таки не достатній, тому що вийшла із ладу не тільки колишня міліція, а вся правоохоронна система.

Зазначене підтверджує, що реформа та довіра населення до неї мають розглядатися як пріоритетні завдання і головну роль в цьому мають зіграти нові кадри, які наділені необхідним рівнем професійних знань, навичок, вмінь, є взірцем норм моральності, довели свою відданість Україні, у тому числі й під час повномасштабної війни та спроможність бездоганно забезпечувати правопорядок у самих складних умовах.

Крім того, необхідно зазначити, що деякі поширені засоби масової інформації наводячи приклади про непрофесійні, а іноді й злочинні дії співробітників вище згаданих органів, окремі випадки висвітлюють, як загальні тенденції нових структур, сприяючи тим самим вияву негативних емоцій населення й маніпулюючи при цьому суспільною думкою. Така позиція заважає формуванню позитивного іміджу, вимагає відповідної реакції підрозділів комунікації. Нажаль, вони не мають універсальних методів, а їх співробітники не завжди мають достатні спеціальні знання щодо специфіки цієї діяльності в сучасних умовах й необхідний досвід, що на практиці знижує ефективність роботи усіх структур правоохоронних органів, в тому числі новоствореної Національної поліції.

Таким чином, не можливо без урахування окреслених нами обставин, які суттєво впливають на створення позитивного іміджу та допомоги громадян вибудувати сучасну ефективну діючу систему правоохоронних органів, в тому числі реформовану Національну поліцію, якій би вони довіряли й поважали, визначити основні складові формування позитивного іміджу цих органів та їх службовців.

Варто нагадати, що ще недавно Національна поліція пройшла через атестаційний процес, який планувався як іміджеве очищення, але, скоріше за усе, на той час виявився іміджевою поразкою.

По-перше, через недосконалу нормативно-правову базу, по-друге, через наявні зловживання, які проявились у активному «просуванні» в нову поліцію «одіозних» працівників колишніх органів внутрішніх справ, які мали б бути звільнені. Це свого часу викликало суспільний сплеск.

Так, наприклад, на початку 2016 року йшлося, що «керувати поліцією міста поставили підполковника з ДАІ, який ще не пройшов переатестації» [48]. Це викликано й тим, що Закон України «Про Національну поліцію» не вимагає наявності репутації у поліцейських або кандидатів на посаду поліцейського – «бездоганна репутація», «високі професійні та моральні якості, суспільний авторитет» вимагаються тільки від двох представників громадськості в складі постійних поліцейських комісій, що утворюються «для забезпечення прозорого добору (конкурсу) та просування по службі поліцейських на підставі об'єктивного оцінювання професійного рівня та особистих якостей кожного поліцейського, відповідності їх посаді, визначення перспективи службового використання в органах поліції» (ст. 51 [49]).

При цьому, така сама вимога наявності «бездоганної репутації», «високих професійних та моральних якостей», «суспільного авторитету» чомусь не висувається до інших членів постійних поліцейських комісій – двох (не з числа поліцейських) представників Міністра внутрішніх справ України, одного представника керівника поліції – для складу комісії апарату центрального органу управління поліції, та одного (не з числа поліцейських) представника Міністра внутрішніх справ України, одного представника керівника поліції, одного представника керівника відповідного територіального органу (закладу, установи) поліції – для складу поліцейської комісії територіальних органів поліції.

Напевно, вважається, що вони за визначенням є високоморальними авторитетами. І саме з цього приводу слід зазначити, що станом на середину 2018 року за даними О. Банчука, Є. Крапивіна та Б. Малишева, «в Україні зараз працює загалом 84 поліцейські комісії» [50, с. 44], у складі яких при фактичній кількості представників громадськості у 169 осіб (40 % від загальної кількості в 420 осіб) нестача становить 83 особи (20 %).

Тобто, як мінімум, саме стількох осіб з «бездоганною репутацією», «високими професійними та моральними якостями, суспільним авторитетом» Міністерство внутрішніх справ України не поспішає залучати до роботи комісій.

Можна зазначити, що репутаційні показники Національної поліції, які є складовою процесу оцінювання готовності того чи іншого її суб'єкта до вчинення певних дій, відноситься до суб'єктивної (якісної) групи.

Як йдеться в Вікіпедії [51], «згідно опитувань, в 2017 та 2018 роках рівень довіри населення до поліції становив 30–45 %. В 2016 році цей показник сягав 40–55 %», з посиланням на дослідження Є. Крапивіна [52], В. Столбового [53] (31 % – довіряю), Центру Разумкова (39,3 % – довіряю, 46,2 % – не довіряю).

Як повідомлялось, «на думку заступника голови Нацполіції Вадима Трояна, згадка слова «поліція» та символіки правоохоронців громадянами, громадськими організаціями та комерційними, зокрема, охоронними структурами, шкодить репутації відомства» [54]. Але слід розуміти, що «шкодити репутації відомства» проста «згадка слова «поліція» та символіки правоохоронців» ким-небудь аж ніяк не може – інша річ, коли така «згадка», по-перше, пов'язана з реальним негативом у діяльності поліції, або, по-друге, викликана навмисним очорненням цієї ж діяльності. І тоді ситуація, що виникає з цього приводу, потребує певного уточнення.

Так, наприклад, у травні 2016 року було заявлено, що «Генеральна прокуратура України не намагається дискредитувати поліцію або реформу МВС справою патрульного Олійника, який застрелив підлітка під час погоні за автомобілем» [55]. Або про те, що «Олександр Лісінський, який є інспектором Патрульної поліції Луцька, звернув увагу на непрофесійність журналістів при висвітленні ситуації, що виникла» [56], хоча, відверто кажучи, так і не спростував факту порушення поліцейським авто правил дорожнього руху.

До речі, подібна проблема існує й у США, щодо якої характерним було нещодавнє зауваження американського президента, що «поліція захищає людей, але деякі політики навмисно очорнюють у пресі роботу поліцейських, і це потрібно негайно припинити» [57]. Та в деяких випадках поліція навіть упереджувально, з метою штучного посилення суспільного резонансу нібито щодо неправомірної критики стосовно її діяльності, власні іміджеві втрати пов'язує як би з «очорненням» іміджу держави. Хоча й тут майже завжди

знаходиться порозуміння – так, наприклад, учасники попереджувальної акції протесту проти свавільних дій працівників (ще тодішньої, у 2010 році) міліції в Україні заявляли, що «наша акція не має на меті очорнити міліціонерів, що чесно виконують свої обов'язки», «не маємо підстав ганьбити усіх міліціонерів, а швидше акція спрямована на те, щоб справжні злочинці не плямували репутацію міліціонерів» [58].

І, оскільки в створення позитивного іміджу органів МВС України, колишньої міліції та теперішньої поліції в правоохоронній системі традиційно вкладаються надмірні зусилля, науковець Л. А. Васильєва піддає сумніву їх результативність, зазначаючи, що «сама репутація, а не демонстративна імідж-публічність має виходити на перший план у формуванні знання про функціонування даних структур. Позитивний імідж правоохоронних органів, Національної поліції може бути сформований за умови наявності у суспільстві очікування позитивних змін, сприятливої емоційної складової. У повсякденній діяльності співробітника правоохоронних органів, Національної поліції, імідж поєднується зі сприйняттям його як особистості, з прийнятими ним рішеннями, результатами практичної діяльності, змістом публічних висловлювань та іншими факторами».

Емоційно забарвлений образ структурних підрозділів, особового складу правоохоронних органів, що характеризує соціально значущі боки їх діяльності в масовій суспільній свідомості, можна визначити як одне з розумінь іміджу правоохоронних органів, в тому числі нової Національної поліції.

Проблеми формування позитивного іміджу правоохоронних органів доцільно розглядати з позиції, яка виводить на такі положення, що спрощують їх сприйняття суспільною свідомістю, а також дозволяє стати повноцінним фігурантом формування власного іміджу, щоб мати можливість не тільки презентувати всьому суспільству необхідну інформацію про себе, а й корегувати свою повсякденну діяльність згідно із існуючими у суспільстві нормами, оскільки масова свідомість не тільки відображає, а й моделює відповідний образ.

На думку В.А. Сухорукова та Ю.П. Дороніна у процесі моделювання іміджу можна виділити п'ять основних етапів:

1. Етап дослідження. В ході даного етапу йде вивчення очікувань соціуму щодо об'єкта іміджу.

2. Етап констатації. На даному етапі виділяються сильні та слабкі сторони об'єкта іміджу. Цей етап є логічним продовженням і завершенням етапі «дослідження» тому, що і слабкі і сильні сторони визначаються, виходячи з виявленого «ідеального» образу.

3. Етап конструювання. У процесі конструювання іміджу створюється прийнятна для суспільної думки схема обробки інформації, яка характеризує об'єкт.

4. Етап втілення. На цьому етапі створений імідж втілюється в сферу суспільної свідомості.

5. Етап коригування. В ході даного етапу вивчається реакція громадської думки на створений імідж об'єкта і, якщо це необхідно, проводиться його коректування [59].

За висловом Г. Г. Почепцова, імідж може бути представлений, як своєрідне публічне “Я”, як “згорнутий текст”, комунікативна одиниця, за допомогою якої можна працювати з масовою свідомістю [60].

Що стосується правоохоронних органів цей текст щоденно читає все населення країни, яке постійно стикається з їх діями. Будь-який співробітник поліції може миттєво зруйнувати те позитивне, що створювалося його колегами та спеціально формувалося відповідними службами.

Задля формування позитивного іміджу правоохоронних органів необхідно спиратися на його феномен, який є результатом спеціальної діяльності ззовні щодо надання йому більшої значущості, а також сприйняття повсякденної самопрезентації вказаних органів. Тому, спеціальна діяльність ззовні і самопрезентація є складовими впливу на сприйняття іміджу правоохоронних органів.

Виходячи з вище викладеного, основними елементами складових формування позитивного іміджу правоохоронних органів можуть бути наступні: правовий, комунікативний, суб'єктний, освітній, технологічний.

Зміст правового елементу визначається політикою держави і якістю законодавчого регулювання в сфері діяльності правоохоронних органів, нової Національної поліції і своєчасним внесенням в них змін залежно від політичної, соціальної, економічної, криміногенної, культурно-просвітницької ситуації в країні. Цей елемент є найбільш значущим, оскільки в ньому віддзеркалюється основний сенс діяльності вказаних органів. Необхідно зазначити, що Міністерство внутрішніх справ України, керівництво Національної поліції, інших правоохоронних органів не стоїть осторонь від розробки необхідних законів, інших нормативних документів задля забезпечення правопорядку і цілеспрямовано втілює їх вжиття, що відповідним чином впливає на формування їхнього позитивного іміджу.

Комунікативний елемент є однією з найважливіших складових створення іміджу правоохоронних органів за допомогою взаємодії із засобами масової інформації та громадськістю задля формування у неї необхідних суджень про діяльність зазначених органів. У Національній поліції, наприклад, розробка та проведення спеціальних заходів спрямованих на досягнення взаєморозуміння з масовою аудиторією покладена на підрозділи комунікації (ВЗГ – відділи зв'язків із громадськістю), які забезпечують інформування населення про результати роботи поліції у боротьбі зі злочинністю та підтримання громадського порядку в державі, профілактики правопорушень, формування позитивного іміджу поліції [61].

Наступною складовою формування позитивного іміджу є суб'єктний елемент, який безпосередньо характеризує як імідж будь-якого співробітника так і самого органу в цілому. Коли суб'єктом є правоохоронні органи, в тому числі нова Національна поліція, в дію вступають як харизматичні керівники цих органів з їх особистим іміджем, який буде відбиватися на іміджі всього органу і

пов'язуватися з ним, так і решта працівників, які своєю роботою постійно будуть впливати на позитивне або негативне відхилення іміджу.

У зв'язку з цим необхідно зупинитися на вкрай важливому освітньому елементі, який вказує на те, що неможливо без зміни самого правоохоронця, без оволодіння ним необхідними професійними компетенціями успішно впливати на формування позитивного іміджу. В.Л. Лапшина, досліджуючи сутність професіоналізму правоохоронця, зазначає, що професійно-ділові якості забезпечують успішну професійну діяльність і впливають на формування якісно нового іміджу правоохоронної системи в цілому [62].

На думку О.М. Бандурки до них відносять: належний обсяг знань та інтелектуальний рівень, тривалий термін навчання та підготовки, відповідність функцій, що виконуються, системі загально-соціальних цінностей, адекватну мотивацію, спрямовану на досягнення кінцевої мети, бажання служити людям, охороняти та захищати їх життя та власність, почуття корпоративної єдності [63, с. 129].

Вибір курсу на успішне формування позитивного іміджу правоохоронних органів, в тому числі нової Національної поліції, повинен забезпечуватися якісно новими принципами відбору та підготовки кадрів. На теперішній час правоохоронні органи для підготовки та підвищення кваліфікації своїх співробітників використовують потужний потенціал різних навчальних закладів, які забезпечують формування правоохоронців вже з самих перших кроків їхнього професійного навчання. Обов'язковою для всіх, хто розпочав службу в правоохоронних органах, є початкова підготовка.

Проводиться фахова і службова підготовка працівників за рахунок робочого часу. Підтримується проведення самостійної підготовки співробітників правоохоронних органів.

Також необхідною складовою формування позитивного іміджу є технологічний елемент, який складається з усіх наочних та аудіо засобів впливу на сприйняття створюваного образу і є методичним боком питання, що розкриває можливість використання підрозділів комунікації правоохоронних органів для

постійного співробітництва з громадськістю. Практично це порядок створення необхідного образу правоохоронного органу, нової Національної поліції, який доцільно доповнювати друкованими та іншими аудіовізуальними засобами, особливо в мережі Інтернет, що сприяє просуванню їхнього позитивного іміджу у всі прошки населення України.

Таким чином, реформування правоохоронних органів, яке з величезними складнощами здійснюється у нашій країні, зокрема створення нової Національної поліції, робить надзвичайно необхідним формування потужної системи співпраці вкрай активних громадських організацій та державних органів влади, застосування самих сучасних сил та засобів підтримки їхнього повноцінного функціонування. Це спонукає до відвертого спілкування Міністерство внутрішніх справ України, інші правоохоронні структури і суспільство задля координації позицій різних громадських, державних інституцій, релігійних та інших організацій з метою розгляду актуальних питань функціонування правоохоронних органів, в тому числі нової Національної поліції і сприяння формуванню їх позитивного іміджу.

Перспективами подальшого розвитку у даному напрямку можна вважати розробку сучасних критеріїв оцінки та напрямків формування позитивного іміджу правоохоронних органів.

Негативний досвід минулого, який обумовив становлення вкрай негативного ставлення до працівників правоохоронних органів, сукупність суперечливих висловів службовців правоохоронних органів і недосконале законодавство, потребує на подальшу планомірну роботу з підвищення її іміджу та репутації, збільшення рівня довіри членів суспільства, що свою чергу, стане показником результативності їх діяльності.

ВИСНОВКИ

У магістерській роботі визначено та досліджено чинники, які впливають на імідж державної служби як окремого інституту, та, зокрема, службовців патрульної поліції на основі аналізу зарубіжного та українського досвіду, розроблено практичні рекомендації та поради щодо формування позитивного іміджу службовців патрульної поліції в умовах цифрових трансформацій.

Результати, отримані в ході дослідження та вивчення, підтверджують досягнення визначеної мети та розв'язання поставлених завдань, тому дають можливість сформулювати наступні висновки:

1. Досліджено, що імідж – це соціальний феномен, який почав активно досліджуватися у 60-80 роках ХХ століття через його значний вплив на результативність діяльності як окремої особи або групи осіб, так певної організації чи установи тощо. Існує багато визначень цього терміну, однак узагальнивши їх, його можна трактувати як сталу, сформовану думку населення про певний об'єкт, яка створюється під впливом характеристик та якостей такого об'єкта. Тобто, це емоційно забарвлені враження про щось або когось, однак вони не є статичними, адже постійно піддаються впливу зовні і трансформуються залежно від векторного направлення таких змін.
2. Встановлено, що думка громадськості про державного службовця прямо впливає на ефективність його роботи, як представника державної влади. Тому її побудова повинна відбуватись з дотриманням ключових принципів, зокрема – це принцип далекоглядності (стратегічності), справедливості, стабільності, системності, державної допомоги та підтримки.
3. Встановлено, що процес формування іміджу державного службовця має здійснюватися у вигляді послідовних етапів, де кожен наступний етап логічно впливає з попереднього: спершу відбувається дослідження сприймаючої аудиторії, визначаються її вимоги та вподобання; потім

проводиться робота з об'єктом іміджу – з'ясовуються його переваги і недоліки, здійснюється співвідношення наявних рис об'єкта до бажаних і, власне, створення тих бажаних рис, яких не вистачає об'єкту; після цього підбираються найбільш оптимальні техніки та інструменти формування іміджу об'єкта, а потім відбувається сама побудова необхідного образу і її корекція відповідно до вимог аудиторії. Визначено, що всі етапи створення іміджу державного службовця реалізуються з обов'язковим врахуванням його складових частинок, серед яких виділяються такі як професіоналізм, управлінська культура та психологічний клімат організації, в якій особа працює.

4. Визначено, що найважливішими критеріями, за якими громадянами оцінюється діяльність правоохоронних органів, є якість виконання ними їх обов'язків, доступність їх отримання та своєчасність. Тому основними механізмами створення позитивного іміджу службовців патрульної поліції у провідних країнах світу є заходи цифровізації послуг, що дозволяє надавати їх швидко та оперативно, збільшуючи рівень комфортності їх отримання для своїх громадян. Для підтримки позитивного іміджу органами державної влади країн Європейського Союзу систематично розробляються і впроваджуються стратегічні плани та програми, реалізуються різного спрямування інформаційні акції для свого населення.
5. З'ясовано, що на формування іміджу службовців патрульної поліції впливають кризові явища в системі державної служби, а саме: хабарництво, корумпованість, непрозорість та замкнутість, що збільшує прірву між державно владними органами та суспільством. Такі явища значно ускладнюють створення позитивного іміджу службовців патрульної поліції, унеможливаючи встановлення довіри між ними та населенням.
6. Визначено загальні підходи до формування іміджу службовців патрульної поліції, які дали змогу сформулювати практичні рекомендації щодо

вдосконалення та поліпшення іміджу службовців патрульної поліції та органів, в яких вони працюють:

- основним з інструментів формування позитивного іміджу службовців патрульної поліції будь-якої категорії є підвищення рівня їх професіоналізму, адже він практично відображає здатність особи ефективно виконувати свої службові обов'язки. Використання цього інструменту полягає в проходженні службовців патрульної поліції процесів підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації, з урахуванням категорії і рангу його посади чи посади, на яку він претендує.
- в процесі реалізації своїх повноважень службовцями патрульної поліції важливим є дотримання етичних норм поведінки, вчинення дій, які не порушують моральних чи законодавчих норм. Етичні норми допомагають створити позитивний образ службовців патрульної поліції, окрім того, їх повне дотримання не допускає вчинення корупційних правопорушень службовців патрульної поліції, що сьогодні є однією з основних проблем в системі державної служби України. Але сьогодні в українському законодавстві питання етики поведінки службовців патрульної поліції регулюється поверхнево, тому це питання необхідно доопрацювати і належним чином зафіксувати на законодавчому рівні.
- необхідно вдосконалити взаємодію між правоохоронними органами та ЗМІ, адже мас-медіа здійснюють найбільший вплив на формування іміджу службовців патрульної поліції, а також дають інформацію про них для світової спільноти, що впливає на створення міжнародного іміджу України як держави. Для цього потрібно, щоб у кожного державно-владного органу був свій прес-секретар, а стосунки зі ЗМІ будувались із дотриманням принципу відкритості.
- в умовах цифрових трансформацій і перетворень, діджиталізація адміністративних послуг здійснює особливий вплив на створення позитивного іміджу й правоохоронних органів та на реформування системи державної служби загалом. Впровадження цифрових технологій

унеможлиблює вчинення корупційних злочинів, робить отримання державних послуг доступним та швидким. Однак зараз існують певні проблеми у цій сфері – відсутність технічного потенціалу та можливостей отримання таких послуг на місцях. Тому необхідно продовжити розробки та фінансування цієї сфери державної політики, збільшити кількість доступних державних цифрових послуг, спростити процедуру їх отримання, вністи корективи в деякі нормативно-правові акти на законодавчому рівні та доповнити законодавство загалом тощо.

Застосування цих висновків спрямоване на збільшення престижу професії службовця патрульної поліції, підвищення рівня довіри з боку громадськості до правоохоронних органів, зростання рівня ефективності державної політики, а, отже, – покращення іміджу державної влади в цілому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Конституція України: Закон України від 28.06.1996. № 254к/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення 18.11.2022).
2. Про державну службу: Закон України від 10.12.2015 р. № 889-VIII. Дата оновлення 10.11.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/889-19#Text> (дата звернення 16.11.2022).
3. Верех С. М. Етика поведінки державних службовців: стан, проблеми і шляхи їх вирішення. URL: <http://kds.org.ua/ru/blog/etikapovedinkiderzhavnih-sluzhbovtsiv-stan-problemi-i-shlyahi-ih-virishennya> (дата звернення 09.10.2022).
4. Рушелюк І. О. Формування позитивного іміджу державного службовця. Публічне управління та адміністрування: матеріали наук.-практ. конф., присвяч. проблемам публічного управл. (Житомир, 15 травня 2020 р.) Житомир, 2020. С. 806. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/05/15.-publichneupravlinnya-ta-administrivannya.pdf> (дата звернення 15.10.2022)
5. Сіماشко І. П. Формування позитивного іміджу державного службовця. Публічне управління та адміністрування: матеріали наук.-практ. конф., присвяч. проблемам публічного управл. Житомир, 2020. С. 817. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/05/15.-publichneupravlinnya-ta-administrivannya.pdf> (дата звернення 17.11.2022).
6. Барна Н. В. Іміджелогія: Навч. посіб. для дистанційного навчання. К.: Університет «Україна». 2008. 217 с. URL: http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1776_66617386.pdf (дата звернення 25.11.2022).
7. Bird P. Sell yourself. Persuasive tactics to boost your image. Paperback. London, 2009. 135 p.

8. Кононенко В. І. Діловий етикет та імідж державного службовця: навч. посіб. К.: Знання, 2012. 160 с. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wpcontent/uploads/2020/05/15.-publichne-upravlinnya-ta-administruvannya.pdf> (дата звернення 15.10.2022).
9. Палеха Ю. І. Іміджелогія: навч. посіб. / За заг. ред. З. І. Тимошенко. К.: Вид-во Європ. Ун-ту, 2005. 324 с.
10. Словник української мови: АН Української РСР, Ін-т мовознав. ім. О. О. Потебні / упоряд. І. К. Білодід (голова) та ін. Київ: Наук. Думка. 1980. 699 с.
11. Мартиненко В. М., Серьогін С. М., Євдокимов В. О. та ін. Кадрова політика і державна служба у сфері публічного управління (регіональний аспект): монографія... / за заг. ред. В. М. Мартиненка. Х. : Магістр, 2008. 304 с.
12. Енциклопедія державного управління: у 8 т. / за ред.: Ю. В. Ковбасюк. Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. Київ: НАДУ, 2011. 451 с.
13. Лаврентій А. С. Імідж як предмет наукового аналізу. Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. Серія: Державне управління. 2019. № 3. С. 30-38.
14. Пантелейчук І. В. Формування позитивного іміджу органів державної влади: теорія, методологія, практика: монографія. Київ: Альтерпрес, 2011. 316 с.
15. Серьогін С. М. Державний службовець у взаємовідносинах влади і суспільства: дис. ... д-ра наук з держ. упр. Київ, 2004.
16. Серьогіна С. Н. та ін. Формування позитивного іміджу органів влади через підвищення якості надання адміністративних та соціальних послуг: наук. розробка; за заг. ред. С. М. Серьогіна. Київ: НАДУ, 2009. 32 с.
17. Гаман Т. В. Роль і значення зв'язків з громадськістю у формуванні позитивного іміджу органів державної влади. *Університетські наукові записки*. 2011, № 4 (40). 415 с.
18. Перелигіна Є. Б. Психологія іміджа: навч. посіб. В.: Аспект Прес. 2008, 223 с.

- 19.Шепель В. М. Іміджелогія. Як подобатися людям: навч. посібник / В. М. Шепель, Я. С. Турбівська. М.: Народна освіта, 2012. 576 с.
- 20.Денисюк С. Г. Імідж політичного лідера в контексті розвитку української політичної культури: особливості формування та механізми реалізації. дис. д-ра політ. наук. Київ, 2012. С. 209. URL: http://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/11728/DISS_Denisuyk.pdf?sequence=1&isAllowed=y (дата звернення 26.11.2022).
- 21.Хавкіна Л.М. Іміджелогія: навчально-методичний посібник для студентів зі спеціальності «Журналістика». Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2013. 64 с.
- 22.Ларіна Н. Імідж як комунікативна основа позиціонування влади. *Вісник державної служби України*. 2013. № 2. С. 20–23.
- 23.Єргідзей К. В., Єргідзей О. О., Зборчий А. С. Феномен іміджу: історія виникнення та сьогодення. *Теорія і методика управління освітою*. С. 185-189. URL: http://www.innovpedagogy.od.ua/archives/2019/11/part_1/42.pdf (дата звернення 17.10.2022)
- 24.Кринична І. П. Сучасні підходи до формування іміджу державного службовця. URL: [http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2013-01\(9\)/13kipids.pdf](http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2013-01(9)/13kipids.pdf) (дата звернення 19.10.2022).
- 25.Зінченко О. М. До питання професіоналізму в державній службі. *Вісн. держ. служби України: укр. наук.- практ. журн. К.*, 2009. №1. С. 17 – 20.
- 26.Нижник Н. Управлінська культура: теоретичне поняття чи управлінська поведінка? / упоряд.: Н. Нижник, Л. Пашко. *Політ. менеджмент*. 2005. №5. С. 105 – 111.
- 27.Падафет Ю. Г. Етична складова профілю особистості керівника державної служби / упоряд. Ю. Г. Падафет // *Теорія та практика державного управління*. 2011, вип. № 4. С. 380 - 387. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Trpu_2011_4_55 (дата звернення 29.10.2022).

- 28.Сушинський О. І. Контроль у сфері публічної влади: методологічні та організаційно-правові аспекти / О. І. Сушинський. Львів: ЛРІДУ УФДУ, 2012. 468 с.
- 29.Гордєєва О. В. Методика і інструментальний апарат оцінки іміджу виникаючих характеристик підприємства. *Серія: Економіка*. 2013. №6.
- 30.Актуальні проблеми державного управління: зб. наук. пр. ОРІДУ / голов. ред. М. М. Іжа. Вип. 4 (60). Одеса: ОРІДУ НАДУ, 2014. 228 с.
- 31.Атаманська К. І. Теоретичні аспекти поняття іміджу в наукових дослідженнях. *Проблеми сучасної педагогічної освіти. Педагогіка і психологія*. 2012. Вип. 37 (2). С. 28–32.
- 32.Антонюк О. В. Сучасний стан стратегії просування бренда держави в Україні / О.В. Антонюк. *Економіка та держава*. 2011. № 8. С. 64 - 67.
- 33.Артишкова І. В. Застосування брендингу особистості для створення ділової репутації / І. В. Артишкова. Модернізація та наукові дослідження: парадигма інноваційного розвитку суспільства і технологій: матеріали II Міжнародної наук.-практ. конф. (м. Київ, 24–25 січня 2020 р.) / ГО «Інститут інноваційної освіти»; Науково-навчальний центр прикладної інформатики НАН України. Київ: ГО «Інститут інноваційної освіти», 2020. 216 с.
- 34.Мельничук Я. Імідж державних службовців / упоряд. Я. Мельничук. *Буковин. вісн. держ. служби та місц. самоврядування*. 2011. №1. С. 40 – 41.
- 35.Бліщук К. Інструменти державного впливу на регіональний економічний розвиток. *Демократичне врядування: науковий вісник*. 2012. Вип. 5. С. 39 – 45.
- 36.Арсенович Л. А. Формування позитивного іміджу державних інституцій у сфері зв'язку та цифровізації: досвід країн ЄС. *Державне управління: теорія та практика*. 2018. С. 100 – 106. URL: <http://www.epatp.academy.gov.ua/pages/dop/22/files/67a12d71-b870-4ce5-805e4feb87d54bfc.pdf> (дата звернення 01.11.2022).

- 37.Офіційний веб-сайт Міністерства адміністрації та впровадження цифрових технологій Республіки Польща. URL: <https://www.gov.pl/cyfryzacja/wkrotcekolejne-ulatwienia-dla-rodzicow> (дата звернення 05.11.2022).
- 38.Офіційний веб-сайт Центру урядового зв'язку Великої Британії. URL: <https://www.gchq.gov.uk/features/students-show-innovative-ideas-gchqhostedyoung-entrepreneurs-competition> (дата звернення 05.11.2022).
- 39.Офіційний веб-сайт Федерального міністерства транспорту і цифрової інфраструктури Німеччини. URL: <https://www.bmvi.de/DE/Home/home.html> (дата звернення 12.11.2022).
- 40.Офіційний веб-сайт Міністерства транспорту і комунікацій Фінляндії. URL: <http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/80121> (дата звернення 16.11.2022).
- 41.Могильний С. А. Інноваційні технології формування позитивного іміджу посадових осіб органів місцевого самоврядування. URL: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/apdu/2011-2/doc/5/02.pdf> (дата звернення 19.11.2022).
- 42.Індекс сприйняття корупції: таблиця результатів за 2020 р. URL: <https://www.transparency.org/en/cpi/2020/index/nzl> (дата звернення 05.11.2022)
- 43.Глущенко К. С. Проблеми формування іміджу центральних органів виконавчої влади: системний аналіз. Державне управління: удосконалення та розвиток. Вид-во. ТОВ «ДКС-центр». 2016. №3. URL: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=957> (дата звернення 30.10.2022).
- 44.Сурай А. С. Оцінювання рівня розвитку ділового середовища: глобальний та регіональний аспекти. Зб. наук. пр. Черкаського державного технологічного ун-ту. С.: «Економічні науки». 2016. Вип. 42. Ч. 2. С. 67–80.
- 45.Положення про Центр адаптації державної служби до стандартів Європейського Союзу: затв. постановою Кабінету Міністрів України від

- 83 04.06.2008 р. № 528. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/528-2008-%D0%BF#Text> (дата звернення 24.10.2022)
46. Жданенко І. Дія – Держава і Я – бренд цифрової держави! 2019. URL: <https://spilno.org/news/diya-derzhava-i-ya-brend-tsyfrovoi-derzhavy> (дата звернення 14.11.2022)
47. Україна та Естонія поглиблюють співпрацю для реалізації концепції Президента Володимира Зеленського «Держава у смартфоні». Офіційне інтернет-представництво Президента України. 2019. URL: <https://www.president.gov.ua/news/ukrayina-ta-estoniya-pogliblyat-spivprasyu-dlyarealizaciyi-55861> (дата звернення 13.11.2022).
48. Гончарук Н. Нові призначення в поліції: хто і чому проти. URL: <https://vn.20minut.ua/Podii/novi-priznachennya-v-politsiyi-hto-i-chomu-proti-10480962.html> (дата звернення: 20.10.2022).
49. Про Національну поліцію : Закон України від 02.07.2015 № 580-VIII. Відомості Верховної Ради України. 2015. № 40–41. Ст. 379.
50. Банчук О., Крапивін Є., Малишев Б. Поліцейські комісії в Україні: звіт за результатами дослідження. Київ : Софія-А, 2018. 192 с.
51. Бесчастний В., Тимченко О. Імідж як складова успіху правоохоронця: до постановки проблеми. *Віче*. 2012. № 2. С. 6–8.
52. Крапивін Є. Радянські показники чи рівень довіри населення? *Дзеркало тижня*. 03-09.02.2018. Вип. 4.
53. Довіра до поліції впала через некомпетентних реформаторів. URL: https://zik.ua/news/2017/12/29/dovira_do_politsii_vpala_cherez_nekompetentnyh_reformatoriv__ekspert_1236141 (дата звернення: 20.10.2022).
54. В Україні набув чинності закон про штрафи за несанкціоноване використання назви та символіки Нацполіції. URL: <https://gordonua.com/ukr/news/society/-v-ukrajini-nabuv-chinnosti-zakon-pro-shtrafi-zanesanktsionovane-vikoristannja-nazvi-ta-simvoliki-natspolitsii-473729.html>. (дата звернення: 20.10.2022).

- 55.ГПУ не намагається очорнити поліцію справою Олійника. URL: <https://ua.112.ua/polityka/hpu-ne-namahaietsia-ochornyty-politsiiu-spravoju-oliinyka-sevruk-296080.html> (дата звернення: 20.10.2022).
- 56.Кому вигідно наговорювати на Луцьку поліцію? URL: <http://volyn.tabloyid.com/skandal/komu-vygidno-nagovoryuvaty-na-lucku-policiyu> (дата звернення: 20.10.2022).
- 57.Трамп виступив перед українськими поліцейськими. URL: <https://ukr.segodaya.ua/politics/tramp-vystupil-pered-ukrainskimi-policeyskimi-opublikovany-foto-1178182.html> (дата звернення: 20.10.2022).
- 58.У Львові протестували проти свавільних дій міліції. URL: https://zaxid.net/u_lvovi_protestuvali_protiv_svavilnih_diy_militsiyi_n1103634 (дата звернення: 20.10.2022).
- 59.Сухоруков В.А.; Доронин Ю.П. Проблемы формирования позитивного имиджа Волгоградской академии МВД. 2009. № 4. С. 193-195.
- 60.Почепцов Г. Г. Имиджелогия. К.: Ваклер; 2004. 576 с.
- 61.Національна поліція України. Офіційний сайт. URL: <http://www.npu.gov.ua/uk/publish/article/1819839>. (дата звернення: 20.11.2022).
- 62.Лапшина В.Л. До питання про сутність феномена професіоналізму правоохоронця. Становлення; розвиток відомчої освіти та науки; основні напрямки удосконалення підготовки кадрів органів внутрішніх справ України: Матеріали науково-практичної конференції. Харків. Університет внутрішніх справ; 2000. С. 60–66.
- 63.Бандурка О.М. Партнерські взаємовідносини між населенням і міліцією: підр. / Бандурка О.М. та інші. Х.; 2003. 346 с.

Виконав: студент магістратури за спеціальністю 281 Публічне управління та адміністрування заочної форми навчання

_____ Максим ОРИЩУК

Науковий керівник:

доцентка кафедри публічного управління та адміністрування, к.держ.упр., доцентка

_____ Людмила ТРЕБИК

Робота допущена до захисту:

Завідувач кафедри публічного управління та адміністрування, д.держ.упр., доцент

_____ Едуард ЩЕПАНСЬКИЙ