

тому числі підготовка, перепідготовка та підвищення кваліфікації кадрів для сфери суспільних комунікацій; підвищення професійного рівня фахівців, що працюють над вирішенням проблем формування іміджу;

– підготовка нормативних правових актів з формування позитивного іміджу органів державної влади та органів місцевого самоврядування.

Використані джерела

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / [упоряд. В. Бусел]. Київ ; Ірпінь : Перун, 2016. – 1440 с.

2. Бабич О. Основні засади створення корпоративної культури як інструменту управління / О. Бабич Вісн. УАДУ. 2015. № 2. С. 449-456.

3. Василевська Т. Е. Моральні аспекти діяльності державного службовця у контексті становлення громадянського суспільства. Суспільні реформи та становлення громадянського суспільства в Україні. Київ, 2017. Т. 2. С. 413–415.

Колісніченко Лідія

Тернопільський національний економічний університет
(науковий керівник д.е.н., доцент кафедри менеджменту,
публічного управління та персоналу Августин Р.Р.)

ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ОРГАНУ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

Стрімкий розвиток інтернет-технологій та поширення інформації через них, потребують швидкої модернізації інформаційно-комунікативної політики органів місцевого самоврядування. Саме в таких умовах перед органом місцевого самоврядування постає проблема уніфікації способів та методів формування його позитивного іміджу, як запоруки стабільного розвитку усієї громади в комплексі.

Дослідження та впровадження нових методів формування позитивного іміджу органу місцевого самоврядування та удосконалення програми його діяльності, що базуватиметься саме на запропонованих методах.

Поняття «іміджу» виникло у 60-80х роках ХХ століття. До управлінського та політичного лексиконів воно увійшло зовсім недавно. Передумовою цього став ріст суспільної свідомості і вищі вимоги суспільства.

Реформування системи державного управління в Україні стало своєрідним викликом для формування іміджу. Органи влади стали об'єктом особливої уваги з боку всього суспільства і рівень довіри населення до них та їх діяльності зумовлює соціальну стабільність суспільства. Саме в таких умовах про імідж заговорили, як про образ, що формується суспільній свідомості під впливом суб'єктивних та об'єктивних факторів. [2]

Імідж з латинської – це відображення. Відображення внутрішніх та зовнішніх аспектів діяльності органу місцевого самоврядування і формує громадську думку та рівень довіри до нього. [3]

За відносно короткий період історичного розвитку поняття «імідж», зокрема «імідж органу влади, науковці та дослідники випустили багато праць. Усі вони зводилися до одного – руйнування стереотипів, підвищення рівня прозорості та відкритості органу влади, тобто удосконалення його інформаційно-комунікативної політики.

Науковці нарікають на відсутність або недосконалість взаємозв'язків з громадськістю. Водночас, як свідчать соціологічні опитування, які проведені в тому числі і в науковій роботі, громадськість хоче бачити владу гуманною, людиною, такою, що ставить інтереси суспільства понад усе.

Позитивних характеристик іміджу влади може надати презентація владних інститутів, як компетентних структур, укомплектованих професіоналами, які володіють знаннями, інноваційно мислять, мають позитивний досвід практичної діяльності в сфері самоврядування. Саме на такі основні критерії – співпраця та професійність – зорієнтована діяльність Тиврівської районної ради Вінницької області, на базі якої відбувається дослідження. Людський фактор керівника та відповідальних працівників органу місцевого самоврядування є визначальним у плануванні діяльності та реалізації цих планів. Вони є відкритими, доступними до дискусій, взаємодії, готові сприймати пропозиції, критику та виносити їх на обговорення. Пам'ятаючи, що кожне у своїй публічній діяльності є підзвітним населенню, рівень відповідальності перед дорученою справою зростає.[5]

Аналізуючи діяльності органу місцевого самоврядування саме в контексті формування іміджу, відзначаємо, що не дивлячись на сумлінне дотримання Конституції України, законів України «Про доступ до публічної інформації», «Про інформацію», вимог Європейської Хартії місцевого самоврядування, державних програм формування позитивного іміджу України, громадськість потребує оновлення підходів до роботи. Новий імідж повинен бути структурованим, керованим і розроблятися виходячи з обставин, так би мовити – мати індивідуальний підхід. Саме тут важлива харизма керівника, його здатність приймати рішення та нести за них відповідальність, особистісні зв'язки, розвинені комунікативні якості тощо. Не варто забувати і про ту частину сьогоденного суспільства, яка у своїх прагненнях знаходиться у віртуально-інтернетному світі. Саме тут можна прослідкувати важливість та роль е-демократії та е-урядування.

90% усієї інформації в світі з'явилося протягом останніх 3 років. 75% населення планети має доступ до мобільного зв'язку. Тому процес

інформатизації розвивається вкрай стрімко і органам влади за ним поспіти не завжди вдається. Маючи в наявності певні інформаційні системи, не передбачена взаємодія між ними. Поряд з цим проблемним фактором існують і інші, в тому числі низька якість інформаційних систем органів місцевого самоврядування, відсутність єдиних ідентифікаторів, які пов'язують однотипову інформацію в різних державних інформаційних ресурсах. Регіональні органи місцевого самоврядування забезпечити всі ці вимоги не в змозі, виходячи зі своїх повноважень і можливостей. На електронному інформаційному ресурсі Тиврівської районної ради задієно такі інструменти е-демократії – збір підписів та надсилання петицій на підтримку ініціатив громад, звернення, електронний зворотній зв'язок. [1]

Таким чином формування позитивного іміджу органу місцевого самоврядування на сучасному етапі бурхливого розвитку інтернету, мобільного зв'язку, мультимедія не можливе без впровадження нових методів інформаційно – комунікативної взаємодії з громадськістю. Хоча індивідуальний підбір методів і форм взаємодії направлений передусім на програму удосконалення діяльності органу місцевого самоврядування ні в якій мірі не виключає «живого» спілкування і особистісної комунікації.

Використані джерела

1. Є.О.Архипова Ефективна комунікація між органами державної влади та громадськістю як умова розвитку демократичного суспільства. Інвестиції: практика та досвід. 2016. №1. С.92-96
2. Н.В.Щербак Формування позитивного іміджу органів державної влади та органів місцевого самоврядування в умовах модернізації публічного управління в Україні. Право та державне управління. 2016. №1. С.94-99.
3. Короткий словник політологічних термінів URL: <http://www.info-library.com.ua/books-text-1781>.
4. Л.Муркович Особливості взаємодії органів місцевого самоврядування і територіальної громади URL: [http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2011/2011_03\(10\)/11m1listg.pdf](http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2011/2011_03(10)/11m1listg.pdf)
5. С.М.Серьогін Концептуальні підходи до формування позитивного іміджу державних службовців і посадових осіб місцевого самоврядування на регіональному рівні. URL: [http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2012-01\(7\)/12ssmsrr.pdf](http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2012-01(7)/12ssmsrr.pdf)