

ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ МІСЦЕВИХ ОРГАНІВ ВЛАДИ

Сулим В. В., к.е.н.

Сумський державний університет

Кулаєва Д. О., студентка

Сумський державний університет

У статті проаналізовано теоретичні аспекти формування позитивного іміджу місцевих органів влади, визначено складові та фактори впливу на структуру іміджу державного службовця. Досліджено пріоритетні напрямки покращення іміджу місцевих органів влади.

Імідж – штучний образ, цілеспрямовано створюваний у суспільній чи індивідуальній свідомості та підсвідомості засобами масової комунікації і психологічного впливу. Він сприймається та оцінюється об'єктом у громадськості та може впливати на різні аспекти, такі як репутація, підтримка, довіра та ін. Структура іміджу державного службовця містить шість складових: корпоративний імідж органів влади, корпоративний імідж керівника, імідж працівників, візуальний імідж організації, суспільний імідж органів влади та послуги. Позитивний імідж посадовців залежить від здатності службовця ефективно опрацьовувати звернення громадян, естетично привабливого зовнішнього вигляду, вміння володіти своїми емоціями, здатності викликати довіру тощо [1]. Для покращення іміджу можна зосередитись на таких напрямках: покращення якості та кількості послуг при мінімізації витрат; нововведення та осучаснення сталої системи державного регулювання ринковими методами впливу; створення спеціалізованих програм для навчання адміністративних менеджерів; впровадження децентралізації для підвищення гнучкості та ефективності державних програм, відповідальність влади за результати роботи [1]. Імідж органів влади важливий, бо він може впливати на ставлення громадськості, рівень довіри до влади та її дій, на готовність громадськості співпрацювати з органами влади в різних сферах. Це результат комплексної діяльності, спрямованої на формування, підтримку та зміцнення позитивної громадської думки [2]. Таким чином, процес побудови позитивного іміджу влади передбачає формування способів використання, поширення та зберігання інформації необхідними засобами (іміджева реклама, зв'язки з громадськістю), а сам імідж базується на вирішенні конкретних завдань: налагодження конструктивних відносин з громадськістю, підвищення легітимності влади, забезпечення ефективного виконання управлінських функцій. Позитивний імідж місцевих органів влади не може формуватися спонтанно, він має вдосконалюватися щоденно.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Гаврилюк С.І. Імідж органів державної влади: концептуальні підходи до розуміння. Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки.
2. Зазуляк Т. І. Роль іміджевої політики в процесі формування позитивного іміджу органів публічної влади. Збірник тез Всеукраїнської науково-практичної конференції Становлення і розвиток місцевого самоврядування в Україні. 2022 р. С. 65-68.