

Павельчук Ангеліна,
здобувач вищої освіти ОС «Магістр»
спеціальності «Публічне управління та адміністрування»
Науковий керівник: **Славіна Н.А.,**
канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту,
публічного управління та адміністрування,
Подільський державний аграрно – технічний університет,
м. Кам'янець – Подільський

ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

Місцеве самоврядування – це одна із форм децентралізації влади. Сьогодні воно є важливою ланкою державотворення в контексті Європейської інтеграції України, коли від його розбудови залежить не лише подальша демократизація суспільства, але й стабільність та розвиток держави. Функціонування цієї інституції визначає сприйняття більшістю населення напрямків діяльності всієї системи влади, а його ефективність корелюється з ефективністю державного управління. Це пов'язано з тим, що саме органи місцевого самоврядування у своїй повсякденній діяльності мають справу з проблемами громадян. І від того, наскільки позитивно сприймаються дії органів місцевого самоврядування населенням, залежить рівень демократизації суспільства.

З іншого боку, динамічні перетворення в політичному та соціально - культурному середовищах, що відбуваються сьогодні в Україні, масова переоцінка цінностей, зменшення довіри населення до влади та підвищення соціальної напруги – все це спонукає глибокому перегляду існуючих стереотипів на процеси формування іміджу органів місцевого самоврядування.

Адже саме від іміджу цих владних інституцій (органів місцевого самоврядування) залежить підвищення рівня ефективної діяльності органів

влади. Крім того, імідж інституту влади, який сприймається і запам'ятовується населенням, може сприяти пом'якшенню протиріч між уявою населення про інститут і його реальним станом. Це обумовлює актуальність даної роботи з практичної точки зору.

У найбільш загальному вигляді можна дати таке визначення іміджу: імідж - це зовнішня форма будь-якого об'єкта чи явища (товару, інституту, людини тощо) або уявлення про них, яке цілеспрямовано, свідомо формується в масовій свідомості за допомогою публіситі, реклами або пропаганди. Отже, імідж - це результат і конкретна форма відображення предметів і явищ у світосприйнятті людини, тобто відчуття, уявлення, поняття, які на основі цього формуються, і висновки, що робляться. Поняття іміджу може стосуватися як окремої людини, так і конкретної організації, установи, органу влади, товару тощо. Якщо узагальнити сказане вище, можемо зробити висновок, що імідж у цілому є комплексним поняттям.

Конституція України визначила місцеве самоврядування як право територіальної громади – жителів села чи добровільного об'єднання сільську громаду жителів кількох сіл, селища та міста – самостійно вирішувати питання місцевого значення в межах Конституції та законів України. Резюмуючи сказане, з позицій політичної науки, орган місцевого самоврядування має бути інститутом влади.

Сприйняття цього інституту залежить від особистостей, з якими ототожнюють діяльність органу місцевого самоврядування. Характерною психологічною особливістю сприйняття органу місцевого самоврядування в Україні є ототожнення цього інституту влади з її лідером. Причому, слід мати на увазі, що емоційні елементи у сприйнятті іміджу певного лідера органу місцевого самоврядування також мають велике значення. Ще одна зі складових інституційного іміджу – сегментарність, коли одні і ті ж самі дії можуть сприйматися певною частиною населення позитивно, а іншою – негативно. Також вагомою складовою інституційного іміджу органу місцевого самоврядування є його диференційованість – коли певний напрямок політики

населенням підтримується, а інший – не підтримується. Наприклад, політика органу місцевого самоврядування в соціальній сфері – підтримується, а в комунальній – не підтримується.

Проблемам формування позитивного іміджу державної влади останнім часом приділяють усе більше уваги. Це й не дивно, оскільки імідж - це у першу чергу образ, уявлення, які виникають у масовій свідомості щодо того чи іншого об'єкта. Саме вони й відображають сприйняття чи не сприйняття громадськістю політики, що проводиться у державі, розкривають ставлення громадян до її інституцій.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Таким чином, можна стверджувати, що для формування іміджу органу місцевого самоврядування більш доцільним є підхід, що розглядає його як цілісність організаційних і індивідуальних чинників. За цих умов мова йде не про корпоративний або індивідуальний імідж, а про інституційний імідж. Його особливістю є низка чинників, а саме: влада, індивідуалізм, сегментарність, диференційованість та ситуативність, які були розглянуті в цій статті. Особливостям їхнього впливу на формування іміджу місцевого самоврядування в сучасних умовах будуть присвячені подальші дослідження.

Список використаних джерел

1. Руденко В. М. Правові засади місцевого самоврядування : навч. посібник / В. М. Руденко. – Київ : НАДУ, 2008. – 76 с.
2. Сушинський О. І. Контроль у сфері публічної влади: методологічні та організаційно-правові аспекти / О. І. Сушинський. - Львів : ЛРІДУ УФДУ, 2002. – 468 с.
3. Шрьодер П. Стратегії місцевого та регіонального розвитку / П. Шрьодер. - К. : Фонд Ф. Науманна, 2008. - 78 с.
4. Чемерис А. Дієвість органів державного управління і місцевого самоврядування / А. Чемерис // Вісн. держ. служби України. - 2001. - № 1. - С. 52-60.