

УДК 35.07

© І. О. Поліщук, 2015

<http://orcid.org/0000-0001-6864-4425>

І. О. Поліщук

ІМІДЖ МІСЦЕВОЇ ВЛАДИ: ВІД КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЇ ДО АКТУАЛІЗАЦІЇ

У статті розглядаються концептуальні основи та актуальні проблеми формування позитивного іміджу органів влади. Імідж місцевої влади розглядається як фактор підвищення конкурентоспроможності території, зростання задоволеності населення умовами життя, забезпечення інституційного усталення та соціальної довіри, стабільного розвитку суспільства в цілому. Зроблено висновок, що імідж фіксує ступінь відповідності дій місцевих органів влади вимогам та очікуванням конкретних соціальних груп і суспільства в цілому, рівень задоволеності населення умовами життя.

Ключові слова: імідж, територія, територіальний розвиток, місцеве самоврядування, показники ефективності, місцева політика.

И. А. Полищук

ИМИДЖ МЕСТНОЙ ВЛАСТИ: ОТ КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИИ К АКТУАЛИЗАЦИИ

В статье рассматриваются концептуальные основы и актуальные проблемы формирования положительного имиджа органов власти. Имидж местной власти рассматривается как фактор повышения конкурентоспособности территории, рост удовлетворенности населения условиями жизни, обеспечение институционального упрочения и социального доверия, стабильного развития общества в целом. Сделан вывод, что имидж фиксирует степень соответствия действий местных органов власти требованиям и ожиданиям конкретных социальных групп и общества в целом, уровень удовлетворенности населения условиями жизни.

Ключевые слова: имидж, территория, территориальное развитие, местное самоуправление, показатели эффективности, местная политика.

I. O. Polishchuk

THE IMAGE OF LOCAL AUTHORITIES: FROM CONCEPTUALIZATION TO ACTUALIZATION

The article reviews the conceptual framework and actual problems of formation of positive image of government. The image of the local government is seen as a factor in improving the competitiveness of the territory, population growth in terms of life satisfaction, providing institutional institutionalization and social trust, sustainable development of society as a whole. Image territory acquires the status of one of the new resources that express compact representation of the main priorities and prospects of territorial development. It is concluded that the image captures the degree of compliance of local government requirements and expectations of specific social groups and society as a whole, the level of satisfaction of the population living conditions.

Key words: image, territory, territorial development, local government, performance, local politics.

Постановка проблеми. Проблемам формування позитивного іміджу місцевої влади останнім часом науковці приділяють все більше уваги. Це виглядає цілком закономірно, адже імідж інтерпретується передусім як уявлення, образ, що виникає у масовій свідомості стосовно певного об'єкта. Імідж віддзеркалює сприйняття чи неприйняття громадськістю владних інституцій та передає реальне ставлення до них з боку пересічних громадян. Формування іміджу органів влади визначається відношенням населення до своїх лідерів та мають переважно суб'єктивний характер. При цьому наочним є превалювання «особистих вражень про діяльність державних діячів» у процесі формування їхнього іміджу. Тобто саме державні службовці та посадові особи місцевого самоврядування для більшості громадян є уособленням держави та влади і, у відповідності до їхнього професіоналізму і якісного виконання своїх службових обов'язків, громадяни оцінюють ефективність державної і місцевої політики як такої. Характер надання місцевою владою адміністративних послуг громадянам є необхідною умовою скорочення дистанції від інститутів місцевого самоврядування до народу. У зв'язку з цим слід наголосити, що пріоритетною задачею на найближче майбутнє є утворення нової філософії діяльності органів місцевого самоврядування як специфічної форми діяльності, орієнтованої на гарантування та реалізацію прав і свобод громадян, надання державних та громадських послуг.

Аналіз актуальних досліджень. Особливості розробки, впровадження та функціонування послуг в органах місцевого самоврядування розглядалися в працях вітчизняних дослідників В. Аверьянова, С. Андрєєва, О. Бакуменко, В. Бебика, М. Лесечко, П. Надолішнього, О. Рибалки, В. Тимошук, А. Чемериса, О. Яцунської та ін. Різноманітні аспекти проблеми формування іміджу органів влади, розкрито в наукових працях В. Бебика, Г. Почепцова, С. Серьогіна, які заклали основу для подальших досліджень проблематики формування образів державного управління та державного службовця в нашій країні.

Мета статті полягає у тому, щоби визначити основні концептуальні положення та актуальні проблеми формування позитивного іміджу органів місцевої влади на основі підвищення якості адміністративних і соціальних послуг.

Виклад основного матеріалу. При дослідженні наукової категорії «імідж», слід наголосити, що її змістовну складову заклали ще античні мислителі Плутарх, Аристотель, Платон, які приділяли окрему увагу проблемам іміджу правителів та намагалися описати ідеальний образ держави і політиків, сучасниками яких вони були. Представник епохи Відродження, великий політичний мислитель Н. Макіавеллі, не використовував слово «імідж», але називав його власним ім'ям – «лічіною». Згаданий автор підкреслював, що «лічіна для правителів необхідна, адже більшість судить про них по тому, чим вони видаються. Розглядаючи те, якою має бути ця «лічіна», Н. Макіавеллі зазначає: «Натовп зазвичай захоплюється впливовістю та успіхом. Зневажають лише тих правителів, які виглядають нерішучими, непослідовними, малодушними і легковажними. Усіх цих якостей повинен уникати правитель, надаючи своїм діям відбиток величі, поважності, твердості та відваги» [4, с. 12].

Категорія «імідж» надалі отримала все більш широкого розповсюдження і використання у самих різноманітних галузях гуманітарного знання та сферах життєдіяльності людини. Слово «імідж» міцно увійшло до понятійного апарату таких наук, як політологія, економіка, соціологія, психологія, філософія, культурологія та ін. За своїм обсягом і змістом воно стало міждисциплінарним, отримало інноваційні інтерпретації, виходячи з предметного поля наук, в рамках яких досліджувався цей феномен. Позаяк, беруться до уваги мета та завдання, які вирішують у своїх роботах певні науковці, згідно з якими і відбувається трактування такого неоднозначного поняття, як імідж.

Що ж таке імідж у сучасному розумінні? За розповсюдженою сьогодні дефініцією, імідж (від англ. *image* – «образ», «зображення») – це штучний

образ, що формується у суспільній чи індивідуальній свідомості засобами масової комунікації і психологічного впливу. Імідж створюється з метою формування у масовій свідомості певного відношення до об'єкта. Може поєднувати як реальні якості об'єкта, так і надумані, неіснуючі [1, с. 18]. Тож, якщо йдеться про імідж, то маємо на увазі образ, те, що ми у першу чергу бачимо і оцінюємо. Причому не тільки те, що зовні, але, так би мовити, «всередині» – саму суть: спосіб мислення, вчинки, дії тощо.

Більшість науковців акцентує увагу на тому, що за теперішніх умов на передній план висувається проблема соціального іміджу органів влади, зокрема органів місцевого самоврядування. *Соціальний імідж* – це уявний образ конкретного предмету, об'єкту, явища, що виникає у процесі виявлення соціального ефекту (або суспільної корисності) від їх діяльності. При цьому слід враховувати, що соціальний імідж місцевої влади – це рівень надання адміністративних послуг населенню, а також соціальна ефективність діяльності органу місцевого самоврядування, кожної його посадової особи як окремого різновиду діяльності. Індикаторами соціального іміджу органу місцевого самоврядування чи державного службовця є: законність їхніх дій та рішень; реальна дієвість управлінського впливу, який вони здійснюють при виконанні своїх функціональних обов'язків; міра забезпечення в управлінських рішеннях престижу держави та формування довіри населення до влади; чітке спрямування на задоволення запитів та основних потреб громадян; надання для населення за його вимогою правдивої інформації про результати функціонування органу місцевого самоврядування чи його певної посадової особи; професіоналізм тощо.

Також активно експлуатується у науковому обігу поняття «візуальний імідж». *Візуальний імідж* органу місцевої влади – це чітко окреслений образ конкретного соціального факту (предмету, об'єкту, явища), який сприймається миттєво за первинного контакту із ним через спілкування та споглядання. Візуальний імідж органу місцевого самоврядування формується через поєднання наступних компонентів: зовнішній вигляд будівлі,

приміщення, де розташований орган місцевого самоврядування (приваблива яскрава вивіска із назвою органу влади, наявність державних символів – герба та прапора); належне оформлення внутрішніх приміщень органу місцевої влади (кабінетів, залів прийому відвідувачів, залів проведення конференцій і засідань); зовнішній вигляд та культура поведінки персоналу владного органу, зокрема при проведенні прийомів населення та при виконанні посадових обов'язків, які безпосередньо пов'язані з постійним спілкуванням з людьми; різного роду соціальні, агітаційні та роз'яснювальні рекламні оголошення, щити, буклети, теле- та радіопередачі про функціонування органу влади і т. ін.

Важливим аспектом загального іміджу органів влади є особистий імідж їх представників. Для державних службовців та посадових осіб органів місцевого самоврядування в першу чергу імідж – це їх гідний представницький вигляд. Він має бути стриманим, неяскавим, діловим, але стильним, модерним, з необхідними аксесуарами та засобами комунікації.

Працівникам органів влади повинні бути притаманні високий професіоналізм, еталонна культура поведінки, гідний зовнішній вигляд. При цьому слід враховувати, що окремий державний службовець чи працівник органу місцевого самоврядування є членом відповідного трудового колективу. Цей колектив мусить мати подібні риси іміджу, як і окремий працівник владної структури. До них слід додати імідж трудового колективу в контексті його психологічного клімату.

Психологічний клімат будь-якої організації – це настрій трудового колективу (персоналу), його відносно стійкий психологічний стан, що відображає особливості його життєдіяльності, моральну атмосферу та відносини між співробітниками в колективі. При цьому стан соціально-психологічного клімату в державному органі ми можемо визначити за ставленням членів колективу: до загальної справи, тобто до тих завдань та функцій, які державою покладені на цей орган; один до одного; до

навколишнього світу в цілому; до самих себе (самосприйняття та самокритика) [5, с. 122].

Процес формування позитивного іміджу органів влади вимагає забезпечення ефективного механізму управління ним. Керований імідж – це результат складної, психологічно грамотної і зваженої діяльності, спрямованої на підтримку та підсилення позитивного ставлення до інституції. Загальними принципами, які доцільно враховувати при управлінні процесом формування іміджу є: цілеспрямованість управління, повнота інформації про об'єкт управління, наявність управлінського ресурсу, ефективність зворотного зв'язку, надійність системи критеріїв та показників для здійснення оцінки ефективності діяльності [3, с. 76].

Комплексна програма формування та підтримки позитивного іміджу місцевих органів влади спрямована на отримання таких результатів: вища якість управлінських послуг, підвищення іміджу державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування, підвищення соціального іміджу місцевих органів влади, підвищення іміджу їх керівників, підвищення рівня організаційної культури, підвищення бізнес-іміджу, стабільний візуальний імідж місцевих структур влади. Практична реалізація програми зумовила необхідність визначення передумов ефективного управління процесом впровадження програми та розробки системи моніторингу [2, с. 239].

Висновки і перспективи подальших досліджень. Виходячи із вище зазначеного, можна стверджувати таке.

По-перше, формування позитивного іміджу владної інституції та ефективне управління цим процесом підвищує рівень довіри до органу влади, його престиж, авторитетність, а також сприяє мобілізації невикористаного потенціалу і ресурсних можливостей, створюючи основу для підвищення рівня ефективності та результативності роботи органів місцевої влади.

По-друге, імідж фіксує ступінь відповідності дій місцевих органів влади вимогам та очікуванням конкретних соціальних груп і суспільства в цілому, рівень задоволеності населення умовами життя.

По-третє, за умов політичних та економічних реформ тільки висока кваліфікація, професійна та моральна однорідність державного апарату дозволять забезпечити стабільну основу конституційної єдності системи державної влади, сприятимуть подоланню протиріч, що існують між застарілими стереотипами в управлінській діяльності та сучасними вимогами до неї в умовах розвитку українського суспільства, і сформують позитивний імідж не тільки окремо взятого працівника органу влади, але й місцевої влади в цілому.

ЛІТЕРАТУРА

1. Барна Н. В. Іміджелогія: навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика. — К. : Університет «Україна», 2007. — 217 с.
2. Колосовська І.І. Управління процесом формування іміджу владних інституцій // Ефективність державного управління : збірник наукових праць Львівського регіонального інституту державного управління Національної академії державного управління при Президентові України / за заг. ред. А. О. Чемериса. — Львів : ЛРІДУ НАДУ, 2003. — Вип. 4. — С. 237—241.
3. Колосовська І. І. Чинники формування іміджу держави // Ефективність державного управління: збірник наукових праць Львівського регіонального інституту державного управління Української академії державного управління при Президентові України / за заг. ред. А. О. Чемериса. — Львів : ЛРІДУ УАДУ, 2003. — Вип. 3. — С. 75—79.
4. Общая прикладная политология: учеб. пособие / под ред. В. И. Жукова, Б. И. Краснова. — М. : МГСУ ; Союз, 1997. — 992 с.
5. Олуйко В. М. Кадри в регіоні України : становлення та розвиток: Монографія / За ред. Н. Р. Нижник, Г. І. Лелікова. — К. : Наук. Світ, 2001. — 237 с.