

**Лаврушко Р. В., студент гр. 073м-21з-4 ФМ**

**Науковий керівник: Сергієнко Е.О., к. держ. упр, доц., доцент кафедри прикладної економіки, підприємництва та публічного управління**

*(Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, Україна)*

## **ВЗАЄМОДІЯ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ЯК СКЛАДОВА ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ**

Питання ефективності та результативності процесу взаємодії громадян і органів державної влади має визначальне значення в розбудові демократичної правової держави та громадянського суспільства. Реалізація поставлених завдань може бути забезпечена шляхом цілеспрямованого формування позитивного іміджу органів державної влади.

Імідж органів державної влади формується шляхом: практичних дій (прийнятих рішень) (10 %), усних заяв (40 %) чуток (20 %), стереотипного сприйняття (10 %), репутації (20 %). Виходячи з цього, застосовуються технології іміджмейкерства, спрямовані на те, аби: залучати та утримувати увагу громадськості; формувати установки на досягнення довіри; застосовувати психологічні методики самопрезентації; розвивати комунікативні здібності управлінця, аби йому вдалося завоювати аудиторію.

Органи державної влади мають бути представлені суспільству як відкриті, прозорі, доступні для діалогу, дискусій, пропозицій, співпраці. Їх діяльність повинна мати публічний характер через підзвітність перед населенням, інформування про плани, перспективи діяльності, прийняття рішень, їх мотиваційні підстави, шляхи й засоби досягнення поставлених цілей.

З позиції демократії саме комунікація є ключовим елементом при формуванні суспільства, в якому громадяни і держава відчують свій взаємозв'язок. Комунікація між органами державної влади та суспільством не може обмежуватися лише публікаціями законів, указів, рішень, вона повинна сприяти налагодженню взаємодії держави і громадян, стимулювати їх зацікавлене ставлення до всього, що відбувається в державі, брати участь у процесах державотворення.

Імідж органів державної влади формується через безпосередню взаємодію із громадськістю. Тут принципово важливо звертати увагу на наступні складові діяльності, які безпосередньо формують ставлення громадськості до органів державної влади: первинний контакт (привітність, стиль управління), що формує уявлення про діяльність органів державної влади; ефективність послуг (вказує на те, що органів державної влади діє заради обслуговування інтересів громадян); узгодженість дій органів державної влади та громадянина (влада є своєю для громадянина, заради чого вона зобов'язана діяти так, як того від неї вимагає громадськість); результативність діяльності органів державної влади (конкретні кроки на шляху до покращення умов життя громадян).

Зв'язки з громадськістю стали невід'ємною частиною всіх рівнів влади. З розвитком українського громадянського суспільства створені умови для його активної участі у процесі управління, а його кращі представники залучаються до управлінських рішень. За допомогою механізмів залучення громадськості були розроблені стратегії для вирішення особливо важливих та дискусійних питань уряду у напрямі соціального прогресу країни, розроблені програми розвитку та оцінена якість роботи державних установ.

Напрями формування позитивного іміджу органів державного управління:

– формування спільної стратегії використання комунікаційних технологій у процесах роботи органів державної влади;

- вдосконалення роботи органів державної влади за допомогою впровадження ефективних комунікаційних технологій;
- формування механізму планування реалізації комунікативних технологій;
- впровадження системи узгодження діяльності органів державної влади, що відповідають за формування системи «електронного уряду»;
- об'єднання державних, регіональних, місцевих ресурсів в єдину інфраструктуру, націлену на задоволення інформаційних потреб громадян і формування позитивного іміджу установ.

Формування іміджу органів державної влади є тривалим та трудомістким процесом, результативність якого багато в чому залежить від правильно обраних підходів, управлінських заходів та активної участі керівника і працівників певної установи. Враховуючи те, що імідж кожного органу державної влади складається із зовнішніх та внутрішніх компонентів, на наш погляд, найбільш ефективним є застосування системного підходу для створення своєрідної іміджевої стратегії, яка б враховувала різні методологічні підходи та специфічний інструментарій.

Наявність кореляції між рівнем довіри до державної структури та рівнем обізнаності населення про його діяльність дає підставу стверджувати, що засоби масової інформації є досить ефективними у створенні загального позитивного іміджу влади. При цьому слід пам'ятати, що завдяки роботі засобів масової комунікації, відділів зв'язків із громадськістю орган державної влади може досягти значного прогресу у розробці цілісного іміджу.

Створення інноваційних інформаційно-комунікаційних механізмів у системі формування позитивного іміджу органів державної влади залежить від використання засобів та методів співпраці органів державної влади та суспільства, які мають вирішальне значення за наявності концептуальних підходів до комунікаційної та інформаційної державної політики. Рівень стійкості цих концептуальних підходів залежить від можливості зміни напряму взаємодії органів державної влади та засобів масової комунікації, можливостей використання різних підходів до демократичного розвитку процесів державотворення.

Отже, зв'язки з громадськістю – важлива і відповідальна сфера діяльності державних органів, яка включає використання різних технологій та здійснення інформаційної взаємодії. Без відкритих та чесних відносин між суспільством та державними органами робота останніх буде неефективною та не сприятиме підвищенню їх іміджу, поверненню довіри громадськості до влади.

### Перелік посилань

1. Гаман Т. В. Роль і значення зв'язків з громадськістю у формуванні позитивного іміджу органів державної влади / Т. В. Гаман, О. А. Андрійчук // Університетські наукові записки. – 2011. – № 4. – С. 408 – 416.
2. Дмитренко М. О. Формування іміджу державного службовця в сучасних умовах розвитку державної служби в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/conf/2015-5/doc/1/03.pdf>.
3. Кириченко Г. В. Напрями формування позитивного іміджу органів державного управління за рахунок розвитку потенціалу інформаційно-комунікаційних технологій / Г. В. Кириченко // Експерт: парадигми юридичних наук і державного управління : електронне наукове видання : збірник. – 2019. – № 4 (6) – грудень. – Київ : Видавництво Ліра-К, 2019. – С. 186-200.