

ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ ТА ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В УМОВАХ МОДЕРНІЗАЦІЇ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В УКРАЇНІ

Сьогодні актуальною потребою стає вивчення феномена "довіри" громадян до діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування. Розглянуто питання формування позитивного іміджу органів державної влади та органів місцевого самоврядування. На засадах аналізу нормативно-правових актів, кращих українських та зарубіжних практик визначено нові підходи та інструменти щодо формування позитивного іміджу органів державної влади та органів місцевого самоврядування як одного з пріоритетних напрямів упровадження нової корпоративної культури й модернізації публічного управління в Україні.

Ключові слова: публічне управління, імідж, корпоративна культура, державні службовці, посадові особи місцевого самоврядування, адміністративна реформа, органи державної влади, органи місцевого самоврядування.

У період проведення системних реформ у системі публічного управління в Україні проблема довіри населення до органів державної влади та органів місцевого самоврядування, формування їх позитивного іміджу стає однією з найбільш важливих у політичному й соціально-економічному житті українського суспільства. Пояснюється це, насамперед, тим, що державні службовці та посадові особи місцевого самоврядування в умовах реформування й розвитку всіх сфер у державі стають об'єктом особливої уваги з боку всього суспільства, і рівень довіри населення до них та їх діяльності зумовлює найбільшою мірою соціальну стабільність суспільства та його готовність до серйозних реформ.

Високий рівень довіри населення до органів державної влади та органів місцевого самоврядування сприяє також стабілізації соціально-політичної ситуації, підвищує рівень взаємодії державних структур і громадянського суспільства, покращує соціальне самопочуття службовців, якість роботи відповідних органів влади.

Одночасно протягом останнього часу в Україні спостерігається з різним ступенем інтенсивності значне зниження рівня довіри населення до представників влади. Цей факт зумовлений зростанням вимог з боку суспільства до ефективності роботи державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування, якості послуг, що надаються громадянам, і, головне, до їх морального вигляду (нетерпимістю до аморальних вчинків, до бюрократизму, корупції, відірваності від інтересів громадян тощо).

Це пов'язано, насамперед, з тим, що в сучасному українському суспільстві в умовах докорінних соціальних змін зростає для

населення значущість моральних чинників і одночасно в умовах суспільної нестабільності відкривається більший простір для аморальної поведінки представників влади.

Враховуючи вищевикладене, видається доцільним і навіть необхідним проведення комплексних досліджень з питань формування позитивного іміджу органів державної влади та органів місцевого самоврядування, а також вироблення на цій основі відповідних рекомендацій щодо забезпечення подальшої модернізації системи публічного управління в Україні.

Питанням формування позитивного іміджу органів державної влади та органів місцевого самоврядування останнім часом приділяють значну увагу представники української науки. Так, різні аспекти окремого питання досліджували В. Авер'янов, В. Андрущенко, Г. Атаманчук, В. Бакуменко, М. Білинська, Т. Василевська, Н. Гончарук, В. Гошовська, Д. Дзвінчук, М. Канавець, В. Князев, Ю. Ковбасюк, В. Мамонova, В. Мартиненко, Н. Нижник, В. Олуйко, Т. Пахомова, Н. Протасова, М. Пухтинський, О. Руденко, С. Серьогін, С. Телешун, В. Тертичка, В. Толкованов, В. Удовиченко, Ю. Шаров та ін. Одночасно сьогодні це питання набуває особливого значення в контексті реалізації адміністративної реформи, що передбачає модернізацію всієї системи публічного управління. Все це зумовлює необхідність проведення додаткових досліджень та пошуку інноваційних інструментів щодо забезпечення формування позитивного іміджу органів державної влади.

Метою статті є визначення актуальних питань формування позитивного іміджу органів державної влади та органів місцевого самоврядування в умовах модернізації публічного управління.

Імідж публічної служби (державної служби та служби в органах місцевого самоврядування) є одним із важливих напрямів комунікативної діяльності держави, однією зі складових системи публічного управління в умовах розвитку інформаційного суспільства. Він має змінюватися відповідно до динаміки та тенденцій суспільного розвитку.

Сучасні вчені та практики [1; 6] надають питанням формування позитивного іміджу пріоритетного значення. У працях, присвячених дослідженню іміджу як глобального соціального явища, можна знайти ряд характеристик, які становлять загальний зміст цього феномена в розумінні різних науковців.

Саме поняття "імідж" походить від латинського "*imago*" що пов'язано з латинським словом "*imitary*", тобто "імітувати", "створювати образ" [4]. При цьому деякі вчені, що спеціалізуються на людських взаєминах ("public relations"), небезпідставно розмежовують поняття "імідж" та "образ", хоча останнє і є дослівним перекладом англійського терміна "*image*" [17]. Так, розглядаючи проблему формування іміджу людини, управлінця, ми скоріше будемо мати на увазі його зовнішній вигляд, манеру триматися та розмовляти тощо. Під образом цієї людини ми розуміємо уявлення, враження про нього, що формується в головах оточення.

Образ – це уявна картинка, що виникає у свідомості людини в результаті безпосереднього чи опосередкованого відображення дійсності. В образі відбито не тільки зовнішні, а й внутрішні характеристики відображених об'єктів, предметів, явищ. При цьому внутрішні характеристики, що безпосередньо не спостерігаються, приписують об'єктам, виходячи з потреб самої людини та зі сформованих стереотипів зв'язків між зовнішнім і внутрішнім. Надалі образ є регулятором поведінки людини. Зрозуміло, що образ та імідж пов'язані між собою, але ці терміни є далеко не тотожними [12].

Досліджуючи природу іміджу, науковці акцентують увагу на його об'єктивній зумовленості, що ґрунтується на певних властивостях масової свідомості, а саме впливі на неї соціальних стереотипів [3]. Стереотипи виявляються у вигляді стійких, емоційно забарвлених, спрощених моделей об'єктивної реальності, певних оцінок, суджень, що набувають форми понять і здатні викликати в людей почуття симпатії або антипатії, які асоціюються з набутим ними досвідом. Вони мають важливе значення для оцінювання людиною суспільних явищ і процесів, сприяючи "скороченню" процесу їх сприйняття та розуміння, швидкому прийняттю відповідних рішень. Водночас, спрощуючи процес соціального сприйняття, стереотипи часто призводять до формування примітивної поверхової свідомості, що виявляється в упе-

редженості, неадекватності сприйняття подій, явищ, людей і ставлення до них.

У науковій літературі ми можемо дати таке тлумачення поняття "імідж" як цілеспрямований сформований образ певної особи, явища чи предмета, що підкреслює певні ціннісні характеристики й покликаний справити емоційно-психологічний вплив на когось з метою популяризації, пропаганди, реклами тощо [10]. Він є наочним уявленням про людину, товар чи інститут, що цілеспрямовано формується в масовій свідомості.

У найбільш загальному вигляді можна дати визначення іміджу як зовнішньої форми будь-якого об'єкта чи явища (товару, інституту, людини тощо) або уявлення про них, яке цілеспрямовано, свідомо формується в масовій свідомості за допомогою певних методів (реклами, пропаганди тощо). Імідж є цілісним уявним зібранням, що складається з багатьох елементів, одним з яких є професіоналізм державних службовців.

Разом з тим, професіоналізм – це, перш за все, здатність державного службовця визначати з урахуванням умов і реальних можливостей найбільш ефективні шляхи та способи реалізації поставлених перед ними завдань у межах нормативно визначених повноважень [8].

Оскільки функціональні обов'язки посадових службовців мають певну фахову спрямованість, то державний службовець повинен мати вищу освіту за спеціальністю, яка відповідає вимогам професійно-кваліфікаційної характеристики. Професіоналізм службовців покликаний забезпечити якісне виконання посадових обов'язків, стабільність публічної служби, постійну готовність до підготовки та реалізації рішень із складних завдань, можливість підвищення своєї кваліфікації тощо.

До професійних якостей службовців варто зарахувати також організацію руху інформації не лише відповідно до загальнодержавних інтересів, а й у певному правовому полі [9].

Ось чому професійним обов'язком службовців є вміння відбирати, обробляти, аналізувати інформацію, захищаючи права та гідність людини й пускати в обіг лише таку, без якої не можна розв'язати завдання саме в інтересах людини та держави.

Реалізація принципу професіоналізму потребує, насамперед, постійного професійного розвитку персоналу державної служби та служби в органах місцевого самоврядування, що має забезпечуватися активним функціонуванням, високим ступенем організації й науково-методичного керівництва системою підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації службовців.

Навчання можна розглядати як довгостроковий процес, складний за змістом, динамічний залежно від соціально-економічного стану держави, що має здійснюватися диференційовано з огляду на професійні

обов'язки та повноваження державних службовців відповідно до цілей і завдань органів державної влади та місцевого самоврядування [13]. У зв'язку із цим варто ставити питання про перехід від інформаційного до моделювального навчання, адже для сучасного службовця важливі не просто самі по собі знання, а здатність ефективно діяти в різних реальних ситуаціях.

Проведення реформ в Україні закладає підвалини для оновлення комплексу професійно-кваліфікаційних характеристик посад державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування як однієї зі складових розробки сучасних вимог до управлінських кадрів, формування критеріїв і методів оцінювання при їх доборі, просуванні по службі та атестації, для визначення змісту навчання державних службовців, для вдосконалення механізмів курсних і атестаційних заходів [14].

Однією зі складових формування позитивного іміджу державних органів та органів місцевого самоврядування варто вважати самоосвіту державних службовців і посадових осіб місцевого самоврядування. Практику самоосвіти слід розвивати, оскільки сьогодні в публічній службі запроваджують характерний для європейських країн принцип безперервного навчання впродовж усього професійного життя.

Наш власний досвід практичної роботи свідчить, що підвищенню рівня професійної компетентності службовців з питань розвитку корпоративної культури має сприяти спеціальна навчальна програма із цього питання [5]. Вона має бути спрямована на засвоєння основних гуманітарних технологій, що забезпечують формування корпоративної культури. Актуальність навчальної програми зумовлена сучасними підходами до державного управління, відповідно до яких у центральному місці роботи керівника – питання управління людськими ресурсами.

Таким чином, у поєднанні з іншими програмами цей навчальний модуль має забезпечити гуманістичний підхід у роботі керівника органу державної влади, працівників служби персоналу, інших структурних підрозділів, які за змістом своєї професійної діяльності повинні взаємодіяти з іншими людьми.

Метою згаданого навчального модуля (навчальної програми) є формування, систематизація й закріплення в службовців комплексу знань з теоретичних основ корпоративної культури та набуття практичних навичок, необхідних для засвоєння ціннісного аспекту корпоративної культури в межах їх професійної діяльності.

Ми можемо також визначити такі завдання згаданої навчальної програми: засвоєння концепції корпоративної культури; засвоєння технологій формування корпоративної філософії; підготовка до проектування та реалізації технологій формування кор-

поративної культури; підготовка до проектування й реалізації технологій формування культури міжособистісних відносин; підготовка до проектування та реалізації технологій формування культури трудової поведінки державних службовців; освоєння технологій корпоративного навчання й розвитку персоналу органів державної влади тощо.

Одночасно варто виділити такі важливі фактори, що впливають на формування іміджу органів державної влади та органів місцевого самоврядування: забезпечення результативності діяльності влади в інтересах суспільства; прозорість дій і відкритість влади до діалогу з громадянами; підконтрольність діяльності державних службовців та її висвітлення в ЗМІ; ефективна кадрова політика в органах державної влади як складова механізму формування іміджу; висока якість послуг, що надаються громадянам тощо.

Найчастіше фахівці з державного управління наголошують на певних професійних та особистих рисах, які мають бути притаманними державним службовцям і становити основу їх особистого іміджу, а саме: гуманізм, гуманітарна освіченість, компетентність, динамізм, активність, працелюбність, послідовність, швидка реакція на ситуацію, моральна надійність, дотримання етикету, дисциплінованість, уміння впливати на людей справою, словом і зовнішньою естетичною привабливістю [2].

Позитивних характеристик іміджу органів державної влади та органів місцевого самоврядування може надати їх "презентація" суспільству як компетентних структур, укомплектованих професіоналами, людьми знаючими, "інноваційно" мислячими, а також такими, що мають досвід практичної ефективної діяльності у сферах, пов'язаних або близьких до того чи іншого органу влади.

Органи державної влади та органи місцевого самоврядування мають бути представлені суспільству як органи 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 [11].

Новий імідж повинен бути чітко структурованим, керованим, розробляється та реалізовується за відповідною схемою залежно від обставин. Важливою складовою ефективного іміджу органів державної влади та органів місцевого самоврядування є рівень довіри до них з боку громадськості, харизматичність керівників органів влади, здатність нести відповідальність за прийняті рішення, внутрішня й зовнішня складові процесу позиціонування органів влади, здатність до презентації своєї діяльності, особистіс-

ний фактор, розвинені комунікативні здібності тощо.

Таким чином, ми можемо констатувати, що сучасний стан іміджу органів державної влади та органів місцевого самоврядування потребує змін і впровадження інноваційних стратегій його покращення на загальнодержавному рівні. Особливістю іміджу державних службовців є те, що він нерозривно пов'язаний із цілим комплексом, що має назву "імідж влади".

Формування нового іміджу службовців має також здійснюватися на основі принципу покращення особистих моральних якостей та професійних рис, важливих у діловому світі. Основоположними чинниками формування позитивного іміджу органів державної влади має стати професіоналізм її представників і модель двосторонньої комунікації між владою та народом на основі чесності й відкритості.

Проблема позитивного іміджу органів влади особливо гостро постає в переломні моменти розвитку суспільства, коли зростає тиск зовнішніх обставин, а внутрішні незгоди розхитують самі основи державної влади та всієї системи управління. У зв'язку із цим ми можемо визначити такі напрями покращення іміджу органів державної влади та органів місцевого самоврядування:

1. Визначення основних потреб громадян, а в разі необхідності – потреби окремих соціальних груп, і на цій основі – побудова основних засад (принципів) оновленого іміджу органів влади.
2. Доповнення цих принципів необхідними характеристиками з урахуванням потреб масової суспільної свідомості в бажаному образі та можливостей органу державної влади їх демонструвати.
3. Перекладення основних характеристик іміджу на різні канали комунікацій органів державної влади в зрозумілих, доступних для масової аудиторії формах.

Одночасно варто наголосити, що процес формування позитивного іміджу органів державної влади та (або) окремих службовців повинен здійснюватися поступово, цілеспрямовано й постійно.

Імідж органів державної влади передбачає також соціальне конструювання, що базується на професійних і моральних якостях усіх службовців. Він має три основні комунікативні функції: полегшити аудиторії сприйняття інформації про державну службу; забезпечити режим найбільшого сприяння при сприйнятті особистості державного службовця; підготувати ґрунт для формування установок щодо позитивного ставлення до окремого службовця та системи державного управління загалом.

Формування позитивного іміджу органу державної влади та органів місцевого самоврядування можна розглядати з урахуванням двох паралельних процесів: стихійного виникнення в суспільній свідомості образу

влади та цілеспрямованого його формування з урахуванням потреб і запитів об'єкта вказаного процесу.

Якщо не працювати цілеспрямовано над створенням позитивного іміджу, образ, сформований в уяві громадян, може виявитись таким, що не відповідає реальному стану справ та має небажані відхилення від реальності. Все це може позначитись на ставленні громадян до влади, поглиблювати існуючі суперечності та викликати недовіру до органів державної влади й органів місцевого самоврядування.

Відповідно до основних завдань реалізації Стратегії державної кадрової політики, затвердженої Указом Президента України від 01.02.2012 р. [16], передбачено формування здійснення заходів, спрямованих на розвиток корпоративної культури та формування позитивного іміджу органів державної влади. У зв'язку із цим та з метою виконання п. 16 і 19 Плану заходів щодо реалізації у 2013 р. положень Стратегії державної кадрової політики на 2012–2020 рр., затвердженого Указом Президента України від 23.04.2013 р. № 229 [15], Національним агентством України з питань державної служби в грудні 2013 р. було затверджено Методичні рекомендації щодо формування корпоративної культури у державних органах, органах влади Автономної Республіки Крим та їх апараті.

Наступним етапом упровадження корпоративної культури має стати реалізація стандартів корпоративної культури в публічному управлінні. На нашу думку, поставленому завданню має сприяти розробка кодексу корпоративної культури в органах державної влади та органах місцевого самоврядування. Він має бути спрямований на зміцнення й розвиток корпоративної культури відповідних органів влади, підвищення їх позитивного іміджу на українському та світовому рівні, підвищення рівня мотивації співробітників для забезпечення свідомої підтримки й реалізації ними стратегічних завдань, визначених Президентом України, Верховною Радою України та Кабінетом Міністрів України.

Висновки. Сьогодні стає все більш зрозумілим те, що встановлення довіри між громадянами та органами державної влади й органами місцевого самоврядування, а також консолідація на цій основі суспільства є однією з найбільш актуальних проблем у сфері публічного управління, а відтак, і в процесі покращення іміджу відповідних органів влади. Формування позитивного іміджу органів влади має бути спрямованим на подолання недовіри громадськості до діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування, а також сприяти модернізації системи публічного управління загалом.

Імідж органів державної влади та органів місцевого самоврядування передбачає

також соціальне конструювання, що базується на професійних і моральних якостях усіх службовців. Він має три основні комунікативні функції: полегшити аудиторії сприйняття інформації про державну службу; забезпечити режим найбільшого сприяння при сприйнятті особистості державного службовця; підготувати ґрунт для формування установок щодо позитивного ставлення до окремого службовця та системи публічного управління загалом.

Слід наголосити, що діяльність з формування позитивного іміджу органів державної влади та органів місцевого самоврядування повинна мати системний, плановий, організаційно й фінансово обґрунтований характер. У зв'язку із цим ми можемо рекомендувати такі основні напрями та заходи інформаційної й іміджевої політики органів державної влади та органів місцевого самоврядування:

- наукове забезпечення й супровід розробки та реалізації програми іміджевої політики; розробка й реалізація програми моніторингу іміджу органів державної влади та органів місцевого самоврядування;
- кадрове забезпечення діяльності щодо формування позитивного іміджу, у 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;
- систематичне, планомірне інформування громадськості з актуальних питань діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування;
- розвиток і підтримка електронних засобів масової інформації й масових комунікацій, які інформують про діяльність органів державної влади та органів місцевого самоврядування;
- активізація й систематизація діяльності прес-служби, власних засобів масової інформації (офіційний веб-сайт, друковані видання тощо) органу влади, його структурних підрозділів та територіальних органів;
- проведення комунікативних заходів з питань реалізації державної політики у відповідній сфері із залученням громадськості;
- проведення загальнодержавних та регіональних конкурсів з питань якості роботи органів державної влади та органів місцевого самоврядування тощо.

Список використаної літератури

1. Атаманчук Г. В. Теория государственного управления : курс лекций / Г. В. Атаманчук. – Москва : Юрид. лит., 1997. – 400 с.
2. Бабич О. Основні засади створення корпоративної культури як інструменту управління / О. Бабич // Вісн. УАДУ. – 2003. – № 2. – С. 449–456.
3. Василевська Т. Е. Моральні аспекти діяльності державного службовця у контексті становлення громадянського суспільства / Т. Е. Василевська // Суспільні реформи та становлення громадянського суспільства в Україні. – Київ, 2001. – Т. 2. – С. 413–415.
4. Великий тлумачний словник сучасної української мови / [упоряд. В. Бусел]. – Київ ; Ірпінь : Перун, 2003. – 1440 с.
5. Впровадження стандартів публічної етики на місцевому і регіональному рівнях: українська практика та європейський досвід / В. В. Толкованов, Н. В. Щербак, Т. В. Василевська, В. П. Удовиченко ; під ред. В. В. Толкованова, Н. В. Щербак. – Київ : Центр досліджень питань місц. і регіонал. розвитку та сприяння адмін. реформі, 2008. – 212 с.
6. Гурне Б. Державне управління / Б. Гурне ; пер. з фр. В. Шовкуна. – Київ : Основи, 1993. – 165 с.
7. Державне управління : словник-довідник / уклад. В. Бакуменко. – Київ : УАДУ, 2002. – 228 с.
8. Державне управління : курс лекцій / за заг. ред. Д. І. Дзвінчука. – Івано-Франківськ : Місто НВ, 2012. – 616 с.
9. Дзвінчук Д. І. Психологічні основи ефективного управління : навч. посіб. / Д. І. Дзвінчук. – Київ : НІЧЛАВА, 2000. – 280 с.
10. Енциклопедичний словник з державного управління / уклад.: Ю. П. Сурмін, В. Д. Бакуменко, А. М. Михненко ; за ред. Ю. В. Ковбасюка, В. П. Трощинського, Ю. П. Сурміна. – Київ : НАДУ, 2010. – 820 с.
11. Козловський В. О. Морально-психологічний стан управлінців як критерій ефективності управління / В. О. Козловський // Вісн. УАДУ. – 2001. – № 3. – С. 64–70.
12. Коллін П. Г. Англо-український словник політичних термінів / П. Г. Коллін ; пер. з англ. М. Ю. Довгопола. – Харьков : Каравела, 2002. – 344 с.
13. Морально-етичні засади розвитку державної служби України: європейський та вітчизняний досвід : монографія / за заг. ред. С. М. Серьогіна. – Дніпропетровськ : ДРІДУ НАДУ, 2007. – 289 с.
14. Нинюк М. Морально-етичні проблеми впровадження адміністративної реформи / М. Нинюк // 36. наук. праць УАДУ. – Київ : Вид-во УАДУ, 1999. – Вип. 2. – Част. 1. – С. 195–200.
15. Про План заходів щодо реалізації у 2013 році положень Стратегії державної кадрової політики на 2012–2020 роки : Указ Президента України від 23.04.2013 р. № 229: за станом на 27.04.2013 р. [Електронний ресурс] // Офіц. сайт Верх.

- Ради України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/229/2013>.
16. Про Стратегію державної кадрової політики на 2012–2020 роки : Указ Президента України від 01.02.2012 р. № 45 : за станом на 13.02.2012 р. [Електронний ресурс] // Офіц. сайт Верх. Ради України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/45/2012>.
17. Словник іншомовних слів [Електронний ресурс] / за ред. О.С. Мельничука. – Київ, 1974. – Режим доступу: <http://www.rozum.org.ua>.
18. Boussaguet L. Dictionnaire des politiques publiques / L. Boussaguet, S. Jacquot, P. Ravinet. – Paris : Sciences Po, 2004. – 475 p.

Стаття надійшла до редакції 08.12.2015.

Щербак Н. В. Формирование позитивного имиджа органов государственной власти и органов местного самоуправления в условиях модернизации публичного управления в Украине

Сегодня актуальной необходимостью становится изучение феномена “доверия” граждан к деятельности органов государственной власти и органов местного самоуправления. В связи с этим в статье рассматриваются вопросы формирования позитивного имиджа органов государственной власти и органов местного самоуправления. На основе анализа нормативно-правовых актов, лучших отечественных и зарубежных практик определяются новые подходы и инструменты формирования позитивного имиджа органов государственной власти и органов местного самоуправления как одного из приоритетных направлений внедрения новой корпоративной культуры и модернизации публичного управления в Украине.

Ключевые слова: *публичное управление, имидж, корпоративная культура, государственные служащие, должностные лица местного самоуправления, административная реформа, органы государственной власти, органы местного самоуправления.*

Shcherbak N. Formation of a Positive Image of Public Authorities and Local Governments in the Modernization of Public Administration in Ukraine

Nowadays the actual necessity has become the study of the phenomena of “public trust” to the activities of the State bodies and LSG bodies. In this regard, this article is pointed out at the issues of the creation of the positive image of the State bodies and LSG bodies. By the analysis of the normative and the legislative acts, the best national and international practices, the new approaches and the tools on the formation of the positive image of the State bodies and LSG bodies as a prior direction of the implementation of the new corporate culture and public administration modernisation in Ukraine are defined.

In this regard, we can recommend the following major directions and measures of information and image policy of state and local self-government:

- scientific support and maintenance and the monitoring of development and implementation of the program monitoring image of state and local governments;*
- staffing activities to create a positive image, including training, retraining and qualification increasing sub-frames for public communication sphere; improvement of occupational-level professionals working on solving the problems of image formation;*
- preparation of regulatory legal acts of a positive image of state and local governments;*
- regular, systematic public information on topical issues of performance-UAH Duration, rights of state and op-local governments;;*
- the development and maintenance of electronic policies mass media and commune-gasification, which inform about the activities of op-haniv public authorities and seat-government bodies;*
- intensification and systematization of the press service, own media (official website, print publications-finance, etc.) government, its departments and territorial organs;*
- communication of measures pi-tai of state policy in the field of responsible Vienna with public participation;*
- conducting national and reggae-tional competition on quality for jobs of state and local governments and others.*

Key words: *public administration, image, corporate culture, civil servants, LSG officials, administrative reform, State bodies, LSG bodies.*