

**ЧОРНОМОРСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ПЕТРА МОГИЛИ  
ІНСТИТУТ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ  
Кафедра публічного управління та адміністрування**

**ГАЛАЙДА НАТАЛІЯ ПЕТРІВНА**

**ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ДЕРЖАВНОЇ УСТАНОВИ  
(на прикладі Головного територіального управління юстиції у  
Миколаївській області)**

Спеціальність: 074 Публічне управління та адміністрування

**АВТОРЕФЕРАТ**

магістерської роботи на здобуття наукового ступеня  
магістра публічного управління

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

*Актуальність теми.* В сучасних умовах суспільство в Україні потребує формування дієвої інформаційної політики та її планомірної реалізації з боку органів публічного управління оскільки, по-перше, в демократичному суспільстві позитивний імідж влади є однією зі складових довіри громадян до неї; по-друге, налагодженість зворотного зв'язку з безпосередніми споживачами управлінських послуг сприяє формуванню позитивного іміджу державної установи. Це у свою чергу спонукає громадян до підтримки процесу прийняття та реалізації управлінських рішень. Хоча сприйняття громадянами владних інституцій крізь особисті враження про діяльність посадових осіб має переважно суб'єктивний характер, але його зв'язок з формуванням іміджу державної установи є очевидним.

Дана робота спрямована на розв'язання вагомої, проте недостатньо дослідженої проблеми створення іміджу державної установи в умовах розбудови демократичної держави. Саме це стає базисом для формування громадської думки, як одного з вагомих інститутів громадянського суспільства. Безпосередньо громадська думка, котра сформована у тому числі й на основі поточного іміджу, сприяє підвищенню ефективності комунікативної діяльності державних установ для організації принципово нових взаємин між ними та громадськістю.

Актуальність теми підвищує й те, що інститут публік релейшнз є складовим елементом розбудови зв'язків із ЗМІ, що в свою чергу являє собою елемент політичної комунікації у державі. Комунікації з громадськістю, як складова управлінських та загальнокомунікативних процесів, є чутливим індикатором сподівань та настроїв населення з приводу діяльності державних установ.

Наукове обґрунтування нормативно-правового, організаційного та ресурсного забезпечення й необхідного комплексу заходів з формування іміджу державних установ, збереження ділової репутації державних

службовців та в цілому авторитету органів публічного управління має базуватися на провідному досвіді як вітчизняних, так і зарубіжних науковців. Дослідженню феномену формування позитивного іміджу загалом та державної установи зокрема, велику увагу приділяють такі вчені, як В. Бебик, А. Васільцева, К. Глущенко, Д. Кіслов, С. Колосок, М. Лашкіна, Н. Нижник, І. Пантелейчук, Є. Солових, Т. Федорів

Втім, у працях вказаних дослідників зв'язки з громадськістю та розбудова іміджевої стратегії не розглядаються як необхідний елемент комунікативної діяльності державної установи. Саме тому дослідження процесу формування позитивного іміджу державної установи в даному контексті має особливе теоретичне і практичне значення.

**Метою роботи** є дослідження визначення шляхів оптимізації процесу формування іміджу державної установи. Для досягнення мети роботи сформульовано наступні **завдання**:

- узагальнити концептуальні засади формування іміджу державної установи та іміджу державних службовців, як його складової;
- розглянути концептуальні підходи до розуміння іміджу державних органів влади;
- дослідити роль PR у функціонуванні державної установи;
- визначити складові організаційного механізму формування іміджу державної установи;
- проаналізувати діяльність Головного територіального управління юстиції у Миколаївській області з формування власного іміджу;
- розробити рекомендації щодо створення іміджевої стратегії державної установи.

**Об'єкт дослідження** – процес формування іміджу державної установи.

**Предмет дослідження** – комплекс заходів із формування іміджу державної установи.

**Методологія дослідження.** Методологічною базою дослідженні є комплекс загальнонаукових, спеціальних та філософських методів і підходів,

система методологічних принципів. Використання історичного та логічного методу дало можливість розкрити історичні передумови виникнення та еволюцію феномену іміджу державних установ. Застосування системного підходу дало змогу проаналізувати процеси формування та розвитку позитивного іміджу державних установ цілісно, у взаємозв'язку та взаємовпливах. Структурно-функціональний метод використано в процесі виокремлення складових іміджу державних установ, з'ясування причинно-наслідкових зв'язків і взаємодій між органами влади та громадськістю.

**Наукова новизна** дослідження полягає в тому, що в роботі запропоновано подолання негативного іміджу державних установ шляхом створення цими установами стратегій формування власного позитивного іміджу на основі проведення маркетингових досліджень відносно потреб та очікувань громадян, співставлення цього з функціональним призначенням установи, наявними ресурсами та за умови налагодження активної співпраці з громадськими організаціями, ведення просвітницької роботи усіма можливими засобами комунікації.

**Практичне значення** одержаних результатів обумовлене перспективою налагодження партнерських взаємин на основі довіри між державними установами й громадянами через створення позитивного іміджу цих установ. В результаті налагодження стійких комунікацій з громадянами може проводитись реформування системи публічного управління у напрямку до демократизації та наближення до загальноприйнятих стандартів побудови адміністративно-правових відносин. Таким чином, матеріали дослідження можуть використовуватись державними установами під час вироблення своєї стратегії формування іміджу та налагодження зв'язків з громадськістю. Також матеріали дослідження можуть бути використані під час викладання студентам за спеціальністю «публічне управління та адміністрування».

***Апробація результатів дослідження.***

Матеріали дослідження частково були представлені у тезах до XXI Всеукр.наук.-метод.конф.: тези доповідей Публічне управління в Україні в

умовах децентралізації влади та наближення її до європейських стандартів. Право, Миколаїв, 12-17 листоп.2018 р.

***Публікації.***

Галайда Н.П. Позитивний імідж як вектор підвищення рівня довіри до органів державної влади// Могілянські читання - 2018 : Досвід та тенденції розвитку суспільства в Україні: глобальний, національний та регіональний аспекти : XXI Всеукр.наук.-метод.конф.: тези доповідей Публічне управління в Україні в умовах децентралізації влади та наближення її до європейських стандартів. Право, Миколаїв, 12-17 листоп.2018 р./ ЧНУ ім.Петра Могили. – Миколаїв : Вид-во ЧНУ ім. Петра Могили, 2018. – С. 180-183.

***Структура роботи*** відбиває поставлені цілі та завдання. Дослідження складається зі вступу, трьох розділів (семи підрозділів), висновків, списку використаної літератури (90 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 100 сторінок.

## **ОСНОВНИЙ ЗМІСТ МАГІСТЕРСЬКОЇ РОБОТИ**

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми дослідження, сформовано мету, завдання, об'єкт, предмет і методи дослідження, розкрито наукову новизну та практичне значення одержаних результатів.

У **першому розділі «Теоретико-методолгічні засади формування іміджу державної установи»** охарактеризовано стан наукової розробки та складові формування іміджу державної установи та проаналізовано роль публік рілейшнз у функціонуванні державних установ.

***Підрозділ 1.1. «Концептуальні підходи до розуміння іміджу державних органів влади»*** присвячений аналізу стану наукової розробки проблеми у вітчизняній та зарубіжній науці.

Визначено, що у сучасних науковців утворились різні погляди стосовно походження поняття «імідж». У загальному вигляді «імідж» є стереотипним образом, сформованим у свідомості людей. Тобто, поведінка представників

органів влади значно впливає на якість керування громадською думкою та створення позитивного іміджу державних установ, наявність якого використовуватиметься в різноманітних галузях громадської діяльності.

Встановлено, що створення позитивного іміджу органів влади завжди було та є актуальним і досить складним завданням. Для України, яка прагне досягти міжнародних стандартів в галузі державного управління, злободенною проблемою сьогодні є забезпечення ефективної діяльності органів публічного управління, забезпечення на належному рівні відкритості та прозорості роботи цих органів, а також постійне посилення уваги громадян до своїх дій з метою створення позитивного іміджу. Науковий підхід у вирішенні цієї проблеми впливає на якість прийняття державно-управлінських рішень, впровадження економічних, політичних та соціальних реформ, а також на розвиток країни в цілому.

***У підрозділі 1.2. «Імідж державних службовців, як складова іміджу державної установи»*** розкрите місце іміджу державного службовця у комплексному образі державної установи.

З'ясовано, імідж влади в цілому є явищем комплексним, сформованим на різних рівнях і за допомогою різних засобів. Проте чи не основним складником тут є імідж персоналу органів влади, на формування якого, у свою чергу, впливають оцінки діяльності цього персоналу з боку громадян. Саме тому головною метою роботи з підвищення ступеня довіри до влади має бути поліпшення іміджу службовців.

На основі проведеного аналізу можна говорити про те, що реалізація завдань формування позитивного іміджу державних службовців може відбутися на регіональному рівні за умови координації зусиль колективів органів влади, наукових працівників, ЗМІ, громадськості. Основою для цієї роботи може стати відповідна регіональна програма, спрямована на підвищення ступеня довіри громадян до органів місцевої влади та їх службовців, розвиток організаційної культури державної служби, створення організаційних, технологічних і науково-методологічних умов формування та

підтримання позитивного іміджу державних службовців. Перш ніж створювати імідж, спеціаліст повинен чітко представляти, що саме бажають сьогодні бачити громадяни, та як мають поводитися державні службовці.

*У підрозділі 1.3. «Роль PR у функціонуванні державної установи»* показано, що система комунікації являє собою мережу інформаційного впливу суб'єкта на об'єкт за допомогою доступних каналів зв'язку.

Обґрунтовано, що фундаментом бездоганної, демократичного типу комунікації є постійний, повсякчасний діалог між владою та громадянським суспільством, який забезпечує рівноправний обмін повною, точною і достеменною інформацією про політичні процеси та явища, пов'язані з базовими правами та свободами особи. Вагомі передумови ідеального прогресу PR – це присутність компетентної громадської думки, інтелектуальна свобода, політична, демократична культура, свобода засобів масової інформації від влади.

Зроблено висновок, що владна комунікація є механізмом, що регулює та координує відносини держави й громадянського суспільства й забезпечує результативність та збалансованість його діяльності. Обов'язковою умовою досягнення цілей держави є підтримка суспільства, яку можна забезпечити шляхом роз'яснення і популяризації роботи органів влади та їх структурних підрозділів, доведенні до відома громадськості підготовленої ними інформації.

**У другому розділі «Організаційний механізм формування іміджу державної установи (на прикладі Головного територіального управління юстиції в Миколаївській області)»** визначено складові організаційного механізму формування іміджу державної установи. За приклад було взято комунікативну діяльність конкретної державної установи.

*У підрозділі 2.1. «Загальні засади організації діяльності територіального управління юстиції»* визначено, що на сьогоднішній день, завдяки удосконаленій нормативно-правовій базі, Головні територіальні управління юстиції в областях відіграють важливу роль в системі публічного

управління, що виражається не тільки у співпраці, а й у їх впливі на діяльність органів місцевого самоврядування та органів правосуддя.

Відмічається, що роль та місце головних управлінь юстиції в системі органів публічного управління можна умовно розділити на три сфери впливу, перша – взаємодія з місцевими органами влади, друга – взаємодія з правоохоронними органами, третя – взаємодія з громадськістю. Найбільш визначним можна назвати саме третій напрямок діяльності головних територіальних управлінь юстиції – взаємодію з громадськістю. Це обумовлено сервісною спрямованістю цих структур та неодмінною необхідністю підтримувати діалог із суспільством.

З'ясовано, що результат взаємної співпраці органів юстиції з громадськістю залежить від багатьох чинників, таких як: рівень правової освіченості населення; виявлення ініціативи з боку громадян щодо співпраці з органами юстиції; авторитетність та професіоналізм громадських об'єднань, які співпрацюють з Головними територіальними управліннями юстиції.

***У підрозділі 2.2. «Діяльність територіального управління юстиції на формування власного іміджу»*** висвітлено активну діяльність Головного територіального управління юстиції в Миколаївській області з інформування населення та ведення просвітницької діяльності.

З'ясовано, що досвід зв'язків владних інституцій з тими, на кого вони здійснюють свій вплив, тобто на населення, насамперед передбачає інформування громадськості для надання їй узагальненого розуміння про свою діяльність, про втілення запланованого ними та вирішення проблемних питань. Так склалось на нашій території, що населення з великим ступенем недовіри ставиться до слів і дій своєї влади, тому важливо не те щоб населення полюбило владу, але хоча б почало її поважати. Для досягнення цієї задачі органи влади використовують певні комунікативні канали, а саме: пряме особисте спілкування з громадянами або громадськими об'єднаннями; спілкування за допомогою телефону, електронної пошти, особистого



листування; непряме спілкування через ЗМІ (телебачення, радіо, преса, інтернет-контент).

На основі аналізу діяльності Головного територіального управління юстиції у Миколаївській області зроблено висновок, що ця структура планомірно та систематично займається формуванням свого позитивного іміджу. Співробітники управління постійно контактують із широкою громадськістю, громадськими організаціями, іншими організаціями та всебічно надають допомогу населенню, що в свою чергу сприяє формуванню позитивної громадської думки щодо діяльності цієї державної установи.

**У третьому розділі «Шляхи оптимізації процесу формування іміджу державної установи»** встановлено перспективи модернізації механізму формування іміджу державної установи та розроблено рекомендації щодо створення іміджевої стратегії державної установи.

**У підрозділі 3.1. «Модернізація механізму формування іміджу державної установи»** зазначається, що важливими методологічними засадами механізму формування позитивного іміджу державної установи є визначення базових потреб громадськості, а в разі необхідності – навіть окремих її сегментів у вигляді загальнолюдських, суспільних інтересів, потреб та уявлень окремих соціальних груп. Саме на цій основі і вибудовується «каркас» іміджу державної установи у сприйнятті керівництва окремими аудиторіями та вибудовується його загальний образ. Далі цей каркас повинен доповнитись необхідними характеристиками в бажаному політичному образі з урахуванням потреб чи бажань, що домінують у масовій суспільній свідомості та, виходячи із наявних можливостей суб'єкта управління, мають демонструватися «природно». Наступним кроком має бути перекладання основних характеристик іміджу органу влади на різні канали спілкування у зрозумілих формах, що є доступними для масової аудиторії, а саме: на мову вербальної комунікації (програми, виступи, гасла), візуальної комунікації (плакати, листівки), ситуативних дій (реалізація

конкретних дій чи акцій за участю носія іміджу) тощо. Нарешті, дуже важливим для формування позитивного іміджу державної установи є забезпечення вільного доступу до інформаційних ресурсів органів влади (за винятком тих, що становлять таємницю)

*У підрозділі 3.2. «Створення стратегії формування позитивного іміджу державної установи»* показано, що в основу іміджевої стратегії закладено поділ іміджу на внутрішній та зовнішній. У контексті іміджу країни внутрішній імідж органів влади являє собою сукупність таких елементів: імідж демократії, імідж керівництва держави, імідж економіки, зовнішньополітичний імідж, імідж інформаційної політики тощо.

Проаналізувавши основні структурні моделі іміджевої стратегії державної установи, можна дійти висновку, що в індивідуальному порядку жодна з них не в змозі відтворити реально існуючу картину щодо іміджу державної установи, тому потрібно комбінувати й інтегрувати усі моделі, залежно від специфіки регіону та особливостей функціонування самої установи, її соціального призначення. Ефективність іміджу буде залежати від прагнення фахівців різних рівнів знайти нові шляхи і механізми формування і просування цього іміджу, а також готовності широкого загалу йти на зустріч владі. Рішення цієї проблеми в майбутньому багато в чому залежить від конструктивного і зацікавленого ставлення до неї регіональних еліт, від якісної роботи і творчих знахідок структур, відповідальних за публік рілейшнз, і, нарешті, від участі засобів масової інформації в процесі створення ємних, компактних і привабливих іміджів державних установ.

## **ВИСНОВКИ**

У магістерській роботі вирішується актуальне наукове завдання, що полягає в теоретичному обґрунтуванні та розробці практичних рекомендацій з формування позитивного іміджу державної установи в Україні. Отримані у

процесі дослідження результати дозволяють сформулювати наступні висновки:

1. Сьогодні імідж, з одного боку, є основною умовою й одним з найважливіших факторів успіху в будь-якій сфері діяльності, з іншого боку – його формування нашою країною базується на проблемах як об'єктивного, так і суб'єктивного характеру. Головною позицією лідера у сфері державного управління є запобігання відчуження населення країни від політичного участі в управлінні державою. Чим точніше буде формуватися імідж державних установ, тим ефективніше удосконалюватимуться процеси комунікацій. Представники органів влади для забезпечення ефективних зв'язків з громадськістю постійно використовують засоби масової інформації для формування саме позитивного образу влади, який впливає на електоральну поведінку. При цьому, така взаємодія звичайно носить різноманітний характер.

В умовах подальшого інтенсивного розросту інформаційно-комунікаційного сектору життєдіяльності суспільства, роль іміджу відіграє вагомий вплив в забезпеченні успішного функціонування будь-якої організації чи окремо узяті особистості. зростає. Імідж стає не тільки образом для визначеної аудиторії, а є головним інформаційним матеріалом, що має в своєму розпорядженні суспільство.

2. Сучасне життя української держави, яка постає на шлях демократії, потребує активної інформаційної політики з боку державних установ. Їх позитивний імідж в демократичному суспільстві є одним з елементів довіри населення до державної влади. Розробка нових комунікативних форм і методів органами публічного управління та наявність дієвого зворотного зв'язку з населенням країни повинні сприяти, з одного боку, формуванню позитивного іміджу влади, а з другого – підтримці населенням демократичних перетворень у суспільстві.

Прозорість влади та доступність до інформації є головними критеріями оцінки якості демократії у будь-якій країні та ефективним інструментом

контролю суспільства за діяльністю державних установ. Для досягнення цієї цілі засоби масової інформації повинні висвітлювати події, які відбуваються у суспільстві, а не приховувати їх. При цьому, інформації повинна бути правдивою, а ні вигідною для управлінських органів, що призведе до створення саме позитивного іміджу органів державної влади.

3. На сьогоднішній день Головні територіальні управління юстиції в областях відіграють важливу роль в системі публічного управління, що виражається не тільки у співпраці, а й у їх впливі на діяльність органів місцевого самоврядування та органів правосуддя. Значну роль тут відіграє нормативно-правове забезпечення органів юстиції, яке постійно удосконалюється та наближається до євростандартів. Зазначене вище позитивно впливає на легітимність Головних управлінь юстиції в напрямі співпраці з громадськістю.

Державні установи сприймаються насамперед за їх іміджем в очах громадян, ніж за їх досягненнями в роботі. Тому для формування позитивного сприйняття владних ініціатив, збільшення довіри до керівників владних структур, зміна негативного ставлення до політики органів влади, останнім часом особливо гостро стоїть питання щодо підвищення професіоналізму представників органів влади по використанню комунікаційних каналів, професійного розвитку фахівців комунікаційних підрозділів владних органів, засвоєння ними сучасних методів планування та управління комунікаціями. На основі аналізу діяльності Головного територіального управління юстиції у Миколаївській області можна зробити висновок, що ця структура планомірно та систематично займається формуванням свого позитивного іміджу. Співробітники управління постійно контактують із широкою громадськістю, громадськими організаціями, іншими організаціями та всебічно надають допомогу населенню, що в свою чергу сприяє формуванню позитивної громадської думки щодо діяльності цієї державної установи.

4. На сьогодні є багато перспективних підходів до модернізації механізмів формування іміджу державних установ. Головне значення тут має правильне визначення стратегії та тактики діяльності владних структур, які засновуються на умінні думати в міжособистісному просторі та прогнозувати реакцію населення країни щодо їх дій. При цьому, визначення стратегії забезпечується формулюванням стратегічної мети й способів її досягнення. У загальному вигляді стратегічна мета передбачає досягнення такої ситуації, коли аудиторія іміджу ставилася б до об'єкта іміджу так, як би цього хотів замовник. Такий підхід передбачає обов'язкове використання послуг професійних іміджмейкерів.

Ефективність іміджу буде залежати від прагнення фахівців різних рівнів знайти нові шляхи і механізми формування і просування цього іміджу, а також готовності широкого загалу йти на зустріч владі. Рішення цієї проблеми в майбутньому багато в чому залежить від конструктивного і зацікавленого ставлення до неї регіональних еліт, від якісної роботи і творчих знахідок структур, відповідальних за публік релейшнз, і, нарешті, від участі засобів масової інформації в процесі створення ємних, компактних і привабливих іміджів державних установ.

5. Важливими методологічними засадами створення стратегії формування іміджу державної установи є визначення основних потреб аудиторії, а в разі необхідності – навіть окремих її сегментів у вигляді загальнолюдських, суспільних інтересів, потреб та уявлень окремих соціальних груп. Наступним кроком є перекладання основних характеристик іміджу на різні канали комунікації у зрозумілих, доступних для масової аудиторії формах, а саме: на мову вербальної комунікації (програми, виступи, гасла), візуальної комунікації (плакати, листівки), ситуативних дій (реалізація конкретних дій чи акцій за участю носія іміджу) тощо. Нарешті, дуже важливим для формування позитивного іміджу державної установи є забезпечення вільного доступу до інформаційних ресурсів публічного характеру.

Процес формування позитивного іміджу державних установ має здійснюватися поступово, цілеспрямовано, постійно. Позитивних характеристик іміджу державної установи може надати її представлення суспільству як компетентних структур, де працюють суто професіонали, котрі вміють інноваційно мислити, мають достатній досвід ефективної практичної діяльності.

З точки зору відносин з громадянами державні установи та державні службовці мають демонструвати доступність, уникати бюрократичних методів роботи, показуючи натомість демократичний стиль діяльності. Для цього повинні організовуватись дні «відкритих дверей» , виїзні засідання, «гарячі лінії», «телефони довіри» і «швидкого реагування». Кожна установа, яка поважає думки громадян, має систему зворотного зв'язку з населенням, реагує на зміни у громадській думці й прогнозує розвиток подій.

## **СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ**

Галайда Н.П. Позитивний імідж як вектор підвищення рівня довіри до органів державної влади// Могілянські читання - 2018 : Досвід та тенденції розвитку суспільства в Україні: глобальний, національний та регіональний аспекти : XXI Всеукр.наук.-метод.конф.: тези доповідей Публічне управління в Україні в умовах децентралізації влади та наближення її до європейських стандартів. Право, Миколаїв, 12-17 листоп.2018 р.

## **АНОТАЦІЇ**

**Галайда Н.П. Формування іміджу державної установи (на прикладі Головного територіального управління юстиції у Миколаївській області).** – На правах рукопису.

Магістерську роботу присвячено дослідженню визначення шляхів оптимізації процесу формування іміджу державної установи. Узагальнено

концептуальні засади формування іміджу державної установи та іміджу державних службовців, як його складової. Робиться висновок, що процес формування позитивного іміджу державних установ має здійснюватися поступово, цілеспрямовано, постійно. Позитивних характеристик іміджу державної установи може надати її представлення суспільству як компетентних структур, де працюють суто професіонали, котрі вміють інноваційно мислити, мають достатній досвід ефективної практичної діяльності. Досліджено роль PR у функціонуванні державної установи. Визначено складові організаційного механізму формування іміджу державної установи. Встановлено перспективи модернізації механізму формування іміджу державної установи. Розроблено рекомендації щодо створення іміджевої стратегії державної установи.

**Ключові слова:** імідж, компетентність, позитивний імідж державної установи, іміджева стратегія органів влади, комунікативна діяльність, паблік рілейшнз.

**Galaida N.P. Formation of the image of the state institution (on the example of the Main Territorial Department of Justice in the Mykolayiv region). - On the rights of the manuscript.**

The master's thesis is devoted to the research of determination of ways of optimizing the process of forming the image of a state institution. The conceptual foundations of forming the image of a state institution and the image of civil servants, as its component, are generalized. It is concluded that the process of forming a positive image of state institutions should be carried out gradually, purposefully, and permanently. Positive characteristics of the image of the state institution can provide its representation to the society as competent structures, where there are purely professionals who can think innovative, have sufficient experience of effective practical activities. The role of PR in the functioning of a state institution is researched. The components of the organizational mechanism for forming the image of the state institution are determined. It was determined the

historical conditions of “image” phenomenon emergence, systematized fundamental scientific approaches for its understanding, based on which the methodology and conceptually-categorical approach were developed. There were disclosed nature, structure, main functions, factors of state authority’s image formation as information and communication phenomenon; its role in state creation process was determined. Organizational principles of public administration imagemaking were suggested, its principles and institutional support were determined. The main directions of state authority’s image strategy operating development were pointed out and grounded, the criteria for its effectiveness evaluation were proposed by the author. The prospects of modernization of the mechanism of formation of the image of the state institution are established. Recommendations on the creation of a public image strategy of the state institution are developed.

**Key words:** image, competence, positive image of the state institution, image strategy of the authorities, communicative activity, public relations.