

УДК 351.08:659.44

DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2026.27.39>**Пругула А.С.**

здобувачка вищої освіти другого (магістерського) рівня,
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького
ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-8435-4608>

Богуславська С.І.

доктор економічних наук,
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6834-9765>

Prytula Alona, Boguslavska Svitlana*Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy*

ТЕХНОЛОГІЇ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ

TECHNOLOGIES OF IMAGE FORMATION OF STATE AUTHORITY BODIES

У сучасному розвитку державного управління створення позитивного іміджу державних установ має першорядне значення. Ефективність державного управління залежить від рівня довіри громадськості та прозорості. Це зумовлює необхідність наукового осмислення механізмів іміджмейкінгу та визначення їх дієвості в системі державного управління. Тут імідж виступає як важливий управлінський ресурс. У статті проаналізовано теоретичні та практичні засади формування іміджу органів влади як процесу системної комунікації з громадянським суспільством. Розглянуто вплив інформаційних технологій і PR-стратегій на створення довіри та позитивного сприйняття державних структур. Розглядаються ключові напрями формування позитивного іміджу. Було визначено, що ефективний імідж вимагає стратегічної комунікації. Окреслено перспективи вивчення механізмів іміджмейкінгу на різних рівнях управління.

Ключові слова: імідж органів державної влади, публічне управління, PR-технології, інформаційно-комунікаційні технології, електронне урядування, комунікації.

In the current conditions of public administration development in Ukraine, the issue of forming a positive image of state authorities is becoming particularly relevant. The effectiveness of state administration is largely determined by the level of trust of citizens in state institutions, transparency and openness of the activities of government structures. Despite the growing importance of public communications, the problem of systematic application of technologies for forming the image of government bodies remains insufficiently resolved. This necessitates a comprehensive scientific understanding of the current mechanisms of image-making and determining their effectiveness in the practical activities of state authorities. The article examines the theoretical and conceptual foundations and practical aspects of forming the image of state authorities as a multidimensional social and communication process, which is based on the systematic interaction of public administration with civil society. Special attention is paid to the role of information and communication technologies, PR strategies and media communications in ensuring the creation of a stable, positive and socially approved image of state institutions. The key areas of forming a positive image are considered. Particular importance is given to public relations technologies, which act as an effective tool for broadcasting government activities, managing public opinion and building trust in state institutions. The role of digital communication platforms, e-government, social networks and open data in the transformation of government-citizen interaction is analyzed. The need for strategic human resource management in the public service is emphasized as one of the key factors in forming a professional and responsible image of civil servants. It is noted that effective image formation of state authorities requires systematic and open communication activities. Promising directions for further research are identified, in



© Пругула А.С., Богуславська С.І., 2026

Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

particular, an in-depth analysis of practical mechanisms for implementing image technologies at different levels of public administration, assessing the effectiveness of digital communications, social networks and e-government tools.

Keywords: *image of state authorities, public administration, PR technologies, information and communication technologies, e-government, communication.*

Постановка проблеми. Незважаючи на зростання ролі публічних комунікацій та відкритості у діяльності органів державної влади, проблема формування їх позитивного іміджу залишається недостатньо вирішеною. У практиці державного управління часто спостерігається фрагментарність та несистемність застосування іміджевих технологій, що зумовлює низький рівень довіри громадян до владних інституцій.

Складність проблеми посилюється невідповідністю між задекларованими принципами прозорості, підзвітності та орієнтації на потреби громадян. Недостатній рівень професійної підготовки державних службовців у сфері іміджмейкінгу та стратегічних комунікацій, обмежене використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій негативно впливають на сприйняття діяльності органів влади громадськістю.

У зв'язку з цим виникає необхідність наукового осмислення та систематизації технологій формування іміджу органів державної влади, визначення їх ефективності та можливостей практичного застосування. Розв'язання зазначеної проблеми сприятиме підвищенню якості публічного управління, удосконаленню взаємодії держави з громадянським суспільством та формуванню сталого позитивного іміджу органів державної влади.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить, що проблема формування іміджу органів державної влади є предметом постійного інтересу вітчизняних дослідників. М. Вовк досліджує використання інформаційних систем у механізмах комунікації місцевої влади з громадськістю [2]. Водночас Г. Кириченко та Р. Лаврушко з Е. Сергієнко аналізують роль інформаційно-комунікаційних та PR-технологій, наголошуючи на необхідності системного, цілеспрямованого підходу до комунікаційної [5; 7]. Крім того, Н. Бондарук і К. Глушенко висвітлюють теоретико-методологічні аспекти створення позитивного іміджу державних органів [3; 4].

Окрему увагу дослідники приділяють практичним аспектам реалізації іміджевих технологій. І. Тесленок, О. Соріна та В. Мишакова розглядають PR як базовий інструмент формування іміджу державних структур [10]. Т. Краснопольська аналізує державні стратегії формування іміджу України у контексті європейської інтеграції [6]. Дослідження М. Лінчевської та О. Зубчик підкреслюють, що імідж окремого службовця також безпосередньо впливає на загальне сприйняття органу влади громадськістю [8].

Формулювання цілей статті. Метою статті є визначення специфіки формування іміджу органів державної влади та обґрунтування ролі інформаційно-комунікаційних технологій як ключового інструменту забезпечення прозорості та ефективності їх діяльності.

Виклад основного матеріалу. Формування іміджу органів державної влади в сучасних умовах розглядається як складний, багатовимірний соціально-комунікаційний процес, що ґрунтується на системній взаємодії публічної адміністрації з громадянським суспільством. Цей процес охоплює широкий спектр інформаційно-комунікаційних технологій, стратегій зв'язків із громадськістю та медіакомунікацій, спрямованих на створення стійкого, позитивного та соціально схвалюваного образу державної влади. Українські науковці наголошують, що імідж органів державної влади «формується через безпосередню взаємодію із громадськістю» [7, с. 452]. Він виступає тим важливим чинником, який забезпечує легітимність управлінських рішень, ефективність втілення державної політики, підвищення рівня довіри населення до державних інституцій, а також інтегральною складовою результативного публічного управління.

Саме через імідж суспільство тлумачить діяльність органів влади, оцінює їхню відкритість, професійність, відповідальність і здатність реагувати на актуальні соціальні виклики. Відтак, можна сказати, що позитивний імідж є невід'ємним важелем якісного та професійного публічного управління в Україні, а отже є ключовим фактором у формуванні довіри громадян до державних інституцій.

За визначенням Г. Кириченко, такі механізми мають ґрунтуватися на принципах системності, відкритості, цілеспрямованості та безперервності інформаційної взаємодії з громадськістю [5, с. 106]. Авторка підкреслює, що «державні органи повинні демонструвати доступність для обговорення пропозицій та співпраці, розвиваючи демократичний стиль надання державних послуг, щоб уникнути бюрократичних методів роботи» [5, с. 104]. У цьому контексті важливим є не лише інформування громадян про рішення та дії органів влади, але й врахування суспільних очікувань, зворотного зв'язку, громадської думки та соціальних настроїв. Формування іміджу, за такого підходу, стає інструментом двосторонньої комунікації, що забезпечує прозорість, підзвітність і підвищує рівень соціальної довіри.

Також Р. Лаврушко зазначає, що напрями формування позитивного іміджу органів державного управління:

- розроблення та впровадження єдиної стратегії використання комунікаційних технологій у діяльності органів державної влади з метою забезпечення узгодженості інформаційної політики;
- удосконалення функціонування органів державної влади шляхом системного застосування сучасних та ефективних комунікаційних інструментів у процесі взаємодії з громадськістю;
- формування чіткого механізму планування, реалізації та оцінювання комунікативних технологій відповідно до стратегічних цілей публічного управління;
- запровадження системи координації діяльності органів державної влади, відповідальних за розвиток і впровадження електронного урядування;
- інтеграція державних, регіональних і місцевих інформаційних ресурсів у єдину інфраструктуру, орієнтовану на задоволення інформаційних потреб громадян та формування позитивного іміджу державних установ [7, с. 452–453].

С. Богуславська у своїй роботі акцентує увагу на ролі сучасних підходів до управління людськими ресурсами як ключового чинника формування професійного та відповідального іміджу державних службовців [1].

Варто зазначити, що однією з важливих технологій формування іміджу органів державної влади науковці однотайно визнають зв'язки з громадськістю (PR), які визначені фундаментальним інструментом трансляції діяльності влади у публічному просторі. Адже саме завдяки зв'язкам з громадськістю у державних установах у населення формується позитивне сприйняття тих чи інших інституцій, а не лише здійснюється інформування. Відтак здійснюється ефективне скеровування громадською думкою та налагодження комунікації з різними соціальними групами. Р. Лаврушко та Е. Сергієнко зазначають, що імідж органів державної влади формується не лише через офіційні повідомлення, нормативно-правові акти чи управлінські рішення, а значною мірою через неформальні канали комунікації: усне спілкування, особистий досвід взаємодії громадян з владою, репутацію посадових осіб, усталені соціальні стереотипи та практику повсякденної адміністративної діяльності [7, с. 453]. Відтак, ефективна стратегія комунікації має враховувати як раціональні, так і емоційні складові сприйняття влади.

Практичні аспекти застосування PR-технологій у державному управлінні детально розкрито у працях І. Тесленок, О. Соріної та В. Мишакової [10]. Дослідники підкреслюють, що зв'язки з громадськістю є фундаментальним елементом формування іміджу державної служби та визначають їх як цілісну систему організаційних, інформаційних і комунікативних заходів [10]. Вони спрямовані на створення позитивного образу

діяльності органів влади серед ключових цільових аудиторій – громадян, представників бізнесу, засобів масової інформації, громадських організацій та експертного середовища [6, с. 140]. Важливою умовою ефективності PR-діяльності автори вважають чітке розмежування контрольованих і неконтрольованих каналів комунікації, а також забезпечення відкритого, чесного й постійного діалогу між владою та суспільством. Такий підхід дозволяє мінімізувати інформаційні ризики, запобігати кризам довіри та формувати стабільний позитивний імідж органів державної влади.

У сучасних умовах розвитку цифровізації діяльність органів державної влади набуває особливого значення. Адже використання електронних сервісів є фундаментом формування довіри та позитивного сприйняття у суспільстві [4]. Розвиток електронного урядування, впровадження електронних адміністративних послуг, активне використання соціальних мереж, офіційних вебсайтів і платформ відкритих даних суттєво трансформують характер взаємодії між владою та громадянами. Українські дослідники наголошують, що цифрові канали комунікації сприяють підвищенню прозорості діяльності органів влади, оперативності поширення інформації та залученню громадян до процесів прийняття управлінських рішень [2, с. 9]. Аналіз напрямів розвитку потенціалу інформаційно-комунікаційних технологій свідчить, що вони не лише забезпечують інформування, а й формують діалоговий простір взаємодії.

Також одним із важливих напрямів формування позитивного іміджу органів державної влади є вдосконалення управління людськими ресурсами в публічній службі. Як зазначає С. Богуславська, створення сучасної моделі кадрового менеджменту дозволяє не лише підвищити ефективність державного управління, а й формує професійний, компетентний та відповідальний імідж державних службовців у очах громадян [1, с. 20]. Оновлена організаційна структура системи стратегічного управління персоналом забезпечує цілісність кадрових процесів, що безпосередньо впливає на якість комунікації з населенням і формування довіри до державних інституцій [1, с. 20].

Соціально-психологічні аспекти управління людськими ресурсами займають ключову роль у цьому процесі, оскільки мотивація працівників, професійний розвиток та задоволеність роботою безпосередньо впливають на комунікативні поведінці державних службовців у контексті взаємодії з громадськістю [3, с. 73]. Зокрема, відповідно до чинних нормативних вимог, державні службовці під час виконання своїх обов'язків повинні «сприяти зміцненню авторитету державної служби, а також позитивну репутацію державних органів» [9]. Саме тому стратегічне управління людськими ресурсами стає невіддільною складовою технологій формування іміджу органів влади, оскільки від рівня професіоналізму, етики та взаємодії посадових осіб із громадянами залежить сприйняття діяльності державних установ та ефективність реалізації публічних політик [1, с. 20].

Висновки. Дослідження показало, що формування іміджу державних органів – це складний та багаторівневий процес, який поєднує інформаційно-комунікаційні технології, інструменти зв'язків з громадськістю, цифрові канали взаємодії, а також професійну діяльність державних службовців. Імідж державних установ не лише відображає сприйняття громадськістю їхньої діяльності, але й є надзвичайно важливим ресурсом для ефективного управління.

З'ясовано, що ключовими чинниками формування позитивного іміджу органів державної влади є системність та безперервність комунікаційної діяльності, відкритість і прозорість у взаємодії з громадськістю. Особливу роль у цьому процесі відіграють PR-технології та сучасні інформаційно-комунікаційні платформи, які забезпечують оперативне поширення інформації, формування діалогового простору та залучення громадян до процесів прийняття управлінських рішень.

Подальше детальне дослідження конкретної реалізації стратегій іміджу в системах державного управління, з особливим акцентом на регіональному та місцевому рівнях, вважається перспективним напрямком досліджень. Особливу увагу слід приділити

оцінці ефективності цифрових інструментів (особливо соціальних мереж та платформ електронного урядування) у створенні позитивної репутації державних установ. Окремим напрямом подальших наукових розвідок може стати розробка критеріїв і показників оцінювання іміджу державних інституцій, а також дослідження впливу кризових комунікацій на збереження довіри громадян до влади. Зазначені напрями сприятимуть удосконаленню теоретичних засад і практичних підходів до формування іміджу органів державної влади в сучасних умовах.

Список використаних джерел:

1. Богуславська С. І. Методи управління людськими ресурсами в органах публічної влади України. *Економічний простір*. 2025. № 200. С. 16–21. DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.200.16-21>
2. Вовк М. М. Теоретико-концептуальні основи використання інформаційних систем в механізмі комунікації місцевої влади з громадськістю. *Публічне управління і політика*. 2025. № 3 (7). с. 10. DOI: <https://doi.org/10.70651/3041-2498/2025.3.04>
3. Глущенко К. С. Сучасні механізми формування іміджу центральних органів виконавчої влади: теоретико-методологічний аналіз. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 14. с. 70–74. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/14_2016/16.pdf
4. Бондарчук Н. В. Взаємодія органів публічної влади та громадянського суспільства в умовах цифровізації. *Публічне управління і адміністрування в Україні*. 2022. Вип. 28. с. 36–39. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2156.2023.9.3>
5. Кириченко Г. Природа інформаційно-комунікаційних механізмів формування іміджу органів державної влади. *Публічне урядування*, № 5 (20). 2020. С. 97–108. DOI: [https://doi.org/10.32689/2617-2224-2019-5\(20\)-97-108](https://doi.org/10.32689/2617-2224-2019-5(20)-97-108)
6. Краснопольська Т. М. Сучасні державні стратегії формування іміджу України у контексті курсу на європейську інтеграцію. *Актуальні проблеми політики*. 2019. Вип. 63. с. 139–152. DOI: <https://doi.org/10.32837/app.v63i0.13>
7. Лаврушко Р. В., Сергієнко Е. О. Взаємодія з громадськістю як складова формування позитивного іміджу органів державної влади. *Матеріали X Міжнародної науково-технічної конференції студентів, аспірантів і молодих вчених «Молодь: наука та інновації»*. Секція 17 – Публічне управління та адміністрування. м. Дніпро, 23–25 листопада 2022 р. Дніпро, 2022. С. 457–558. URL: <https://rmv.nmu.org.ua/ua/arkhiv-zbirok-konferentsiy/molod-nauka-ta-innovatsii-2022/molod-2022.pdf>
8. Лінчевська М. Ю., Зубчик О. А. Імідж службовця органу місцевого самоврядування як об'єкт наукового дослідження. *Наукові інновації та передові технології*. 2023. № 5(19). с. 237–246. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-5\(19\)-237-246](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-5(19)-237-246)
9. Про затвердження Загальних правил етичної поведінки державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування: Наказ Національного агентства України з питань Державної служби від 05.08.2016 р. № 158 / Національне агентство України з питань державної служби. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1203-16#Text>
10. Тесленок І. М., Соріна О. О., Мишакова В. О. Зв'язки з громадськістю як основний інструмент формування іміджу державної податкової служби. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2020. № 11. URL: <https://eir.zp.edu.ua/server/api/core/bitstreams/fad255f2-ca2f-409a-a3b8-a538e99e7ff3/content>

References:

1. Bohuslavs'ka S. I. (2025). Metody upravlinnya lyudskymy resursamy v orhanakh publichnoyi vlady Ukrayiny [Methods of human resource management in public authorities of Ukraine]. *Ekonomichnyy prostir*, no. 200, pp. 16–21. DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.200.16-21> [in Ukrainian].
2. Vovk M. M. (2025). Teoretyko-kontseptual'ni osnovy vykorystannya informatsiynykh system v mekhanizmi komunikatsiyi mistsevoyi vlady z hromads'kisty. [Theoretical and conceptual foundations of the use of information systems in the mechanism of communication of local authorities with the public.]. *Publichne upravlinnya i polityka*, no. 3 (7), p. 10. DOI: <https://doi.org/10.70651/3041-2498/2025.3.04> [in Ukrainian].
3. Hlushchenko, K. S. (2016). Suchasni mekhanizmy formuvannya imidzhu tsentral'nykh orhaniv vykonavchoyi vlady: teoretyko-metodolohichnyy analiz. [Modern mechanisms for forming the image of central executive authorities: theoretical and methodological analysis]. *Investytsiyi*:

pratyka ta dosvid, no. 14, pp. 70–74. Available at: http://www.investplan.com.ua/pdf/14_2016/16.pdf [in Ukrainian].

4. Dubyts'kyi V. V. (2014). Formuvannya pozytyvnoho imidzhu instytutu derzhavnoyi sluzhby. [Formation of a positive image of the institute of civil service]. *Univertsytet-s'ki naukovy zapysky*, no. 2 (50), pp. 379–387. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2156.2023.9.3> [in Ukrainian].

5. Kyrychenko G. (2020). Pryroda informatsiyno-komunikatsiynih mehanizmv formuvannya imidzhu organiv derzhavnoyi vlady [The nature of information and communication mechanisms of image formation of state authorities]. *Public administration – Publichne uryaduvannya*. no. 5(20), pp. 97–108. DOI: [https://doi.org/10.32689/2617-2224-2019-5\(20\)-97-108](https://doi.org/10.32689/2617-2224-2019-5(20)-97-108) [in Ukrainian].

6. Krasnopol's'ka T. M. (2019). Suchasni derzhavni stratehiyi formuvannya imidzhu Ukrainy u konteksti kursu na yevropeys'ku intehratsiyu. [Modern state strategies for forming the image of Ukraine in the context of the course for European integration]. *Aktual'ni problemy polityky*, no. 63, pp. 139–152. DOI: <https://doi.org/10.32837/app.v63i0.13> [in Ukrainian].

7. Lavrushko R. V., Serhiyenko E. O. (2022). Vzayemodiya z hromads'kistyuu yak skladova formuvannya pozytyvnoho imidzhu orhaniv derzhavnoyi vlady. [Interaction with the public as a component of forming a positive image of state authorities]. *Materialy X Mizhnarodnoyi naukovotekhnichnoyi konferentsiyi studentiv, aspirantiv i molodykh vchenykh “Molod’: nauka ta innovatsiyi”*. Sektsiya 17 – *Publichne upravlinnya ta administruvannya*, (Dnipro, November 23rd–25th, 2022) Dnipro, pp. 457–458. Available at: <https://rmv.nmu.org.ua/ua/arkhiv-zbirok-konferentsiy/molodnauka-ta-innovatsii-2022/molod-2022.pdf> [in Ukrainian].

8. Linchevs'ka M. YU., Zubchuk O. A. (2023). Imidzh sluzhbovtstva orhanu mistsevoho samovryaduvannya yak ob'yeht naukovoho doslidzhennya. [The image of a local government employee as an object of scientific research]. *Naukovi innovatsiyi ta peredovi tekhnolohiyi*, no. 5(19), pp. 237–246. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-5\(19\)-237-246](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-5(19)-237-246) [in Ukrainian].

9. Pro zatverdzhennya Zahal'nykh pravyl etychnoyi povedinky derzhavnykh sluzhbovtstv ta posadovykh osib mistsevoho samovryaduvannya: Nakaz Natsional'noho ahent'stva Ukrainy z pytan' Derzhavnoyi sluzhby № 158 vid 05.08.2016r. [On approval of the General rules of ethical behavior of civil servants and local government officials: Order of the National Agency of Ukraine for the Civil Service №. 158 dated 05.08.2016.]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1203-16#Text> [in Ukrainian].

10. Teslenok I. M., Sorina O. O., Myshakova V. O. (2020). Zv'yazky z hromads'kistyuu yak osnovnyy instrument formuvannya imidzhu derzhavnoyi podatkovoyi sluzhby. [Public relations as the main tool for forming the image of the state tax service]. *Derzhavne upravlinnya: udoskonalennya ta rozvytok*, no. 11. Available at: <https://eir.zp.edu.ua/server/api/core/bitstreams/fad255f2-ca2f-409a-a3b8-a538e99e7ff3/content> [in Ukrainian].

Дата надходження статті: 21.01.2026

Дата прийняття статті: 19.02.2026

Дата публікації статті: 02.03.2026