

**ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ, УПРАВЛІННЯ,  
ПРАВА ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ  
КАФЕДРА ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ**

Освітньо-професійна програма Зв'язки з громадськістю  
Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування  
Ступінь вищої освіти Магістр

**ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ**

Завідувач кафедри

Тамара ЛОЗИНСЬКА

18 грудня 2023 року

## **КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему: «Зв'язки з громадськістю органів державної влади як  
інструмент формування їх позитивного іміджу»

виконав здобувач вищої освіти денної форми навчання

**Журов Тарас Олександрович**

Керівник кваліфікаційної роботи

Олександр ДОРОФЄЄВ

Полтава – 2023 року

## ВСТУП

**Актуальність теми.** В українському суспільстві рівень взаєморозуміння та конструктивної співпраці органів державної влади, політичних партій, громадських об'єднань та організацій, ринкових інститутів залишається низьким і лише розвивається. Конфронтаційний характер відносин виникає не лише через недосконалість правової бази, яка повинна їх регулювати, а й через відсутність чітко визначених цілей та інтересів кожного з цих інститутів. Саме ці питання потребують ґрунтовного вивчення та наукового підходу до їх вирішення.

Одним із перших вітчизняних науковців, який дослідив поняття іміджу керівників влади та його вплив на формування громадської думки про діяльність державних структур, є Г. Почепцов. Представлений феномен відносин з громадськістю досліджено в роботах В. Бебика, В. Дрешпака, Р. Войтович, Є. Коханова та Є. Ромата. Результати зарубіжних досліджень цієї тему представлено в роботах: Е. Бернейза, Д. Форрестола, А. Сентера, Г. Брум, С. Катліба, М. Менчер, Р. Харлоу, Ф. Буарі, Дж. Груніга, Р. Хіт, Д. Карба, Л. Матра, М. Кольєра, М. Томаса, С. Бенкса, Р. Пенмана, Н. Дензіна, В. Лідз, Л. Путмана, В. Гудикунста, К. Спайсера.

Ще на початку 2000-х років науковці наголошували, що відсутність системної роботи зі зв'язками з громадськістю та неможливість завчасного впровадження превентивних заходів у зв'язках з громадськістю призводять до того, що робота ведеться за принципом: подія – суспільна реакція – спіндокторінг (використання технологій для маніпулювання громадською думкою), не піар-кампанія – подія – бажана суспільна реакція. Діючі PR-служби в Україні сприймаються як «групи швидкого реагування», головним завданням яких є «зняття» напруги в громадській думці з найгостріших проблем, у тому числі пов'язаних з непрофесійною діяльністю політиків чи громадських діячів. Можливо, тому в суспільній свідомості склалося негативне ставлення до всього, що стосується інформування населення.

**Зв'язок роботи з науковими темами.** Кваліфікаційна робота виконана відповідно до плану науково-дослідних робіт Полтавського державного аграрного університету за темою «Формування ефективної системи публічного управління в Україні» (номер державної реєстрації 0117U003104, 2017-2026 рр.).

**Мета і завдання дослідження.** Метою кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних і практичних аспектів системи зв'язків з громадськістю органів державного управління та визначення основних напрямів підвищення ефективності сучасних інструментів інформування громадськості з метою формування позитивного іміджу влади.

- розглянути теоретичні засади забезпечення зв'язків з громадськістю як інструменту формування позитивного іміджу органів державної влади;
- здійснити аналіз стану забезпечення зв'язків з громадськістю як інструменту формування позитивного іміджу органів державної влади;
- представити пропозиції щодо напрямів удосконалення зв'язків з громадськістю як інструменту формування позитивного іміджу органів державної влади.

**Об'єкт дослідження.** Об'єктом дослідження виступає процес удосконалення зв'язків з громадськістю як інструменту формування позитивного іміджу органів державної влади.

**Предмет дослідження.** Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних та практичних проблем, що виникають в процесі удосконалення зв'язків з громадськістю як інструменту формування позитивного іміджу органів державної влади.

**Методи дослідження.** У процесі дослідження використовувалися як загальнонаукові, так і спеціальні методи дослідження. Отже, за допомогою системного підходу ми розглядаємо зв'язки з громадськістю як систему, що складається із сукупності принципів, методів і форм інформаційного забезпечення діяльності органів місцевого самоврядування. За допомогою діалектичного підходу розглядається сутність відносин з громадськістю в

залежності від рівня управління (обласного, місцевого) в умовах децентралізації влади. Для дослідження системи зв'язків з громадськістю Полтавської міської ради використано аналітичні та статистичні методи.

**Інформаційна база.** Інформаційною базою слугували літературні джерела, довідково-нормативні матеріали та теоретичні напрацювання вітчизняних і зарубіжних вчених з питань удосконалення зв'язків з громадськістю, інформація з мережі Internet та особисті спостереження автора.

**Наукова новизна одержаних результатів.** Окремі положення і висновки кваліфікаційної роботи мають наукову і практичну цінність. До елементів наукової новизни можна віднести:

**набуло подальшого розвитку:**

окреслення ключових векторів застосування інформаційно-комунікаційних технологій для формування іміджу органів державної влади; узагальнення інструментів формування позитивного іміджу влади у системі зв'язків з громадськістю.

**Практичне значення одержаних результатів.** Найважливіші теоретичні положення, пропозиції, узагальнення й висновки дослідження розширюють межі наукового аналізу з представленої теми, визначають напрями удосконалення зв'язків з громадськістю як інструменту формування позитивного іміджу органів державної влади й можуть бути використані в діяльності органів публічної влади.

**Апробація результатів дослідження.** Основні результати дослідження за темою кваліфікаційної роботи оприлюднені у формі доповідей.

– «Дослідження взаємодії органів державної влади та громадянського суспільства в інформаційному просторі», яку включено до матеріалів наукових досліджень молодих учених кафедри публічного управління та адміністрування «*ТЕРИТОРІЯ НАУКИ*». Випуск 1. Квітень 2023 р.

– «Дослідження сутності поняття організаційної культури в державному управлінні: теоретичні положення», яку включено до матеріалів III міжнародної науково-практичної конференції «*Місьцеве самоврядування в Україні та світі:*

*теорія і практика», 28 листопада 2023 р. Полтава : ПДАУ, 2023.*

**Структура та обсяг кваліфікаційної роботи.** Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Основний зміст викладено на 62 сторінках друкованого тексту, робота містить 2 рисунки, 1 таблицю й 1 додаток.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ

#### **1.1. Сутність зв'язків з громадськістю як інструменту формування позитивного іміджу органів державної влади**

Розбудова держави на засадах демократії практично неможлива без ефективного діалогу між державними інституціями, неурядовими організаціями та окремими громадянами, а державне управління, у свою чергу, без комунікації як форми взаємодії різних суб'єктів та організацій, оскільки демократичний режим – це координація між владою та громадськістю та перебуває в постійному діалозі. Це засоби масової комунікації, які інформують населення, органи влади та інститути громадянського суспільства та допомагають вести діалог з людьми, віддавати накази та приймати законодавчі рішення [1, с. 57-61].

Розвиток позитивного іміджу влади потребує певних технологій, реалізація яких означає тривалий і складний процес, який, у свою чергу, потребує значних зусиль і зусиль, особливо враховуючи загальний напрямок розвитку сучасної політики, який характеризується складністю парадигми створення образу (візуалізації зображення). Тому слід зазначити, що процес формування позитивного іміджу влади передбачає свідоме конструювання засобів використання, поширення та зберігання інформації за допомогою необхідних інструментів (іміджева реклама, паблік рилейшнз) і ґрунтується на іміджева стратегія, яка враховує той факт, що імідж створюється для виконання конкретного завдання, наприклад, для побудови конструктивних стосунків із громадськістю; підвищення легітимності влади; Забезпечення ефективного виконання функцій лідерства та відповідає суспільним уявленням та очікуванням [40, с. 134-135]. У розвинутих демократичних

країнах співпраця влади і суспільства значною мірою базується на механізмах взаємовідносин з населенням та інформаційного обслуговування населення. Відповідно органи влади, які надають послуги населенню, мають створити відкритий комунікаційний процес, зрозумілий для всіх залучених сторін. Головною метою такого процесу є налагодження тісної комунікації з громадянами та іншими неурядовими організаціями, залучення їх до процесу прийняття громадських та управлінських рішень та підтримання постійного діалогу, який дає змогу зрозуміти потреби та бажання суспільства. Виконання цього важливого соціального завдання можливе за умови формування відповідної державної інформаційно-комунікаційної політики та забезпечення ефективної системи комунікацій з громадськістю в органах управління всіх рівнів. Історичний досвід показав, що використання механізмів взаємодії органів державного управління та громадськості – складових системи зв'язків з громадськістю – є стратегічно важливим елементом функціонування громадянського суспільства та забезпечує ефективну роботу органів влади та ефективну реалізацію державної політики.

Діяльність служб зв'язків з громадськістю часто зводиться до спостереження за подіями, простого реагування на них (функція реагування), а не до прогнозування можливих негативних наслідків, розробки та реалізації довгострокових, орієнтованих на майбутнє програм (проектна функція), створення стійкої позитивної репутації (зображення) Вашої організації чи держави в цілому [2].

Український вчений Є.Ф. Коханов вказує на важливість діалогу між органами державної влади та громадськістю, зазначаючи, що досягти ефективності діалогу за допомогою «застарілих комунікаційних алгоритмів» важко. Інший вчений, В. А. Рихлік, вважає, що спілкування представників влади з громадянами є важливою ознакою розвиненої демократичної держави. «Метою урядових зв'язків з громадськістю є встановлення двосторонньої комунікації для визначення спільних інтересів і досягнення взаєморозуміння між громадянами та владою на основі природи, знань і повної свідомості». Це

має розвивати громадянську самосвідомість і активну Сприяти інтересу людей до проблем пов'язані з центральною чи місцевою владою», – зазначає у своєму дослідженні В.А. Рихлік [54, с. 16].

За визначенням багатьох вчених, поняття зв'язків з громадськістю дослівно перекладається як «паблік рілейшнз» (від англ. public relations – відносини з громадськістю, спілкування з громадськістю). Система PR характеризується однією зі специфічних функцій менеджменту, завданням якої є встановлення та забезпечення комунікації з метою виявлення спільних інтересів та досягнення взаєморозуміння та співпраці між організацією та громадськістю. Цілями та завданнями системи зв'язків з громадськістю в органах державної виконавчої влади та місцевого самоврядування має бути постійне інформування громадськості про політику державного органу та його повсякденну діяльність. Діяльність органів державної влади зі зв'язків з громадськістю має надати громадськості можливість висловити свою думку щодо нових важливих проектів і планів до прийняття остаточних рішень. Вони повинні проводити роз'яснювальну роботу серед населення щодо діяльності державних органів і системи місцевого самоврядування, інформувати населення про його права та обов'язки; розвиток у населення громадянської гордості за життя та діяльність на певній території [12].

Основними завданнями відділу зв'язків з громадськістю, які є структурними підрозділами органів державної виконавчої влади та місцевого самоврядування, є спілкування із засобами масової інформації та місцевим населенням; Взаємодія з інформаційними агентствами, що діють на відповідній території, для досягнення мети формування та підтримки позитивного іміджу органу державного управління, його керівника та працівників державного органу [5, с. 32]. Головною метою державних PR-служб (прес-служб) є формування та створення позитивного іміджу, довіри та доброзичливого ставлення до дій і рішень органів державної влади. Відповідно до визначених основних завдань відділи зв'язків з громадськістю органів державної влади виконують основні завдання – це регулярне та



своєчасне надання інформації про діяльність органу, плани його діяльності, про досягнення та здобутки. На ці відділи та служби покладено інформаційно-просвітницьку функцію, спрямовану на проведення просвітницької діяльності з питань законодавства, права та різних аспектів повсякденної діяльності. І що не менш важливо в діяльності державної влади – моніторинг громадської думки та інформування відповідальних осіб про реакцію суспільства на політику, яку вони проводять [16].

Слід підкреслити, що важливою частиною діяльності PR-служб є вплив на громадську думку. Оскільки всі дії та комунікаційні дії здійснюються з метою формування громадської думки, якщо такої немає, і спонукання людей змінити свою думку, то існуюча думка громадськості зміцнюється. Прес-служби, підрозділи та служби зв'язків з громадськістю органів державної влади та органів місцевого самоврядування зобов'язані надавати громадянам роз'яснення про те, як політика уряду, результати його діяльності та прийняті цільові програми впливають на рівень життя громадян.

«Завдяки цьому діяльність органів державної влади та органів місцевого самоврядування набуває загальнодоступного характеру, що, у свою чергу, сприяє розумінню суспільством тих чи інших дій держави та органів місцевого самоврядування», – доводить О. Корнійчук у його дослідження [27]. Наголошує, що працівники відповідних структурних підрозділів у постійному контакті з громадськістю та засобами масової інформації проводять роз'яснювальну роботу щодо позитивних сторін дій органу влади та виправляють недостовірну чи помилкову інформацію про орган державного управління.

На основі аналізу функцій і завдань відповідних служб зв'язків з громадськістю визначаємо принципи діяльності служб зв'язків з громадськістю державних органів:

- інформування громадян про рішення органу влади, про його поточну діяльність та перспективи;
- забезпечення прозорості та відкритості діяльності органу влади;

- підтримка в реалізації законодавства;
- аналіз та експертиза суспільно-політичних процесів, моніторинг ЗМІ;
- сприяння розвитку інститутів громадянського суспільства.

Основні принципи інформаційних відносин відображені в ст. 5 Закону України «Про інформацію» викласти в такій редакції:

- гарантоване право на інформацію;
- відкритість, доступність інформації та свобода її обміну;
- об'єктивність, достовірність інформації;
- повнота і точність інформації;
- законність отримання, використання, поширення та зберігання інформації [50].

На думку українського вченого Л. Полішкевич, «основними принципами взаємодії органів місцевого самоврядування з громадськістю мають бути: партнерська рівноправність – переговорний спосіб вирішення розбіжностей і протиріч, які виникають між сторонами в процесі взаємодії, наявність механізмів і правових інструментів для врахування інтересів зацікавлених сторін [42, с. 289].

Часто взаємодія влади та громадськості є переважно демонстративною (з боку влади) і спрямована на ефект створення позитивного іміджу влади як відкритої, демократичної та відкритої до діалогу з громадянами, тоді як громадські організації не є рівноправними. роблять партнери влади. Тому ефективними є такі фактори:

- участь громадськості – процес прийняття рішень має бути представлений у політичному процесі та враховувати інтереси всіх частин суспільства;
- адекватне представництво – залучення до взаємодії тих представників громадськості, які безпосередньо зацікавлені в проблемі, що вирішується, і в тих сферах, у яких їх участь може бути ефективною, корисною і плідною;
- зосередженість на проблемах місцевого розвитку, на нагальних потребах громад (особливо органів самоорганізації населення);

- субсидіарність – політичні рішення мають прийматися на максимальному близькому до громадян рівні;
- відкритість – покращення доступності та охоплення влади для громадян;
- прозорість – інформування громадськості про всі напрями та результати діяльності місцевого самоврядування;
- системність і постійність, які повинні бути належним чином зафіксовані у відповідних програмах взаємодії, оскільки вони не можуть бути ефективними, якщо мають періодичну і спонтанну спрямованість» [9, с. 411].

Тому пріоритетними напрямками діяльності органів державної влади мають бути такі сучасні демократичні принципи, як верховенство права, законність, відкритість, прозорість, результативність, ефективність, дієвість, контроль, підзвітність та відповідальність. Дотримання цих принципів покликане забезпечити відповідну структурну структуру роботи органів державної влади зі зв'язків з громадськістю.

## **1.2. Інструментарій зв'язків з громадськістю органів державної влади**

У 2021 році більшість інформації про органи державної влади та їхню діяльність доступна на інтернет-платформах, а саме на офіційних сайтах органів влади, сторінках у соціальних мережах: Facebook, Telegram, Instagram тощо. Інтернет-платформи сьогодні є визначеною правовою нормою щодо необхідності взаємодії та комунікації між громадянами та владою, а також своєчасне звітування про діяльність влади. Саме завдяки контенту на інтернет-платформах створюється бренд влади. За словами Андрійчука П.М. «ЗМІ є одним із найважливіших інститутів громадянського суспільства, що задовольняє інформаційні потреби суспільства та забезпечує політичну комунікацію» [3, с. 67].

В Україні процес інституалізації комунікаційних відносин у сфері публік рилейшнз протікає відносно стабільно. Уряд перш за все виконує свій обов'язок щодо інформування громадськості про свою діяльність. Зв'язки з громадськістю стали невід'ємною частиною всіх рівнів управління. З розвитком українського громадянського суспільства створені умови для його активної участі в управлінському процесі та залучення його кращих представників до управлінських рішень. За допомогою механізмів громадської участі розроблялися стратегії вирішення особливо важливих і суперечливих завдань влади щодо соціального прогресу країни, розроблялися програми розвитку, оцінювалася якість роботи державних інституцій. В умовах сучасного розвитку нашої країни публік рилейшнз вважається важливою частиною ділових відносин у всіх сферах повсякденного життя.

В даний час існує багато проблем з комунікаційним процесом у сфері зв'язків з громадськістю. Уряд продовжує модернізуватися, з проблемами надання інформації та просування державних політичних інтересів. Процес обміну інформацією між громадянами, засобами масової інформації, органами державної влади та іншими об'єктами непростий. Повідомлення про державну політику та інформацію про діяльність уряду та органів влади загалом нечіткі, безсистемні, імпульсивні, а її наслідки часто непередбачувані [11, с. 38-46]. Це пов'язано з тим, що влада не звертає уваги на проблеми недостатньо розвинутих демократичних традицій у роботі органів державного управління та суспільної комунікації, які є важливими елементами національного розвитку. Інші проблеми, які перешкоджають формуванню позитивного іміджу та знижують ефективність відносин держави по відношенню до громадськості, систематизовані на рис. 1.1.

Постанова КМУ «Про порядок оприлюднення у мережі Інтернет інформації про діяльність органів виконавчої влади» покладає на засоби масової інформації основну функцію інформування суспільства про діяльність органів влади [51]. Реєстрація діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування включає одержання, збирання, створення, поширення,

використання та зберігання інформації про діяльність органів державної влади та місцевого самоврядування. Засоби масової інформації України відповідно до законодавства України мають право висвітлювати всі аспекти діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування.



Рис. 1.1. Проблеми, що перешкоджають формуванню позитивного іміджу влади та знижують ефективність державних відносин у зв'язках із громадянськістю

Джерело: [25, с. 196]

Органи державної влади та органи місцевого самоврядування зобов'язані надавати засобам масової інформації вичерпну інформацію про свою діяльність через відповідні інформаційні служби органів державної влади та органів місцевого самоврядування та надавати журналістам вільний доступ до неї, крім випадків, передбачених Законом України «Про державну таємницю» не чинити на них тиск та не втручатися в їх виробничий процес.

Засоби масової інформації можуть досліджувати та аналізувати, оцінювати та коментувати діяльність органів державної влади та місцевого самоврядування, їх посадових осіб. Порушення або змішування змісту оприлюдненої офіційної інформації коментарями ЗМІ чи журналіста не допускається [45].

Стаття 2 Закону України «Про порядок оприлюднення у мережі Інтернет інформації про діяльність органів виконавчої влади» під назвою «Загальні засади висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування через засоби масової інформації» сказано: «Засоби масової інформації України мають право відповідно до законодавства України висвітлювати всі аспекти діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування». органи державної влади зобов'язані надавати інформацію засобам масової інформації через відповідні інформаційні служби органів державної влади та органів місцевого самоврядування надавати вичерпну інформацію про свою діяльність та надавати журналістам вільний доступ до неї, крім випадків, передбачених згідно з Законом України «Про державну таємницю», не чинити на них тиску та не втручатися в їх виробничий процес. Засоби масової інформації можуть досліджувати та аналізувати, оцінювати та коментувати діяльність органів державної влади та місцевого самоврядування, а також їх посадових осіб» [51].

Право повідомляти і коментувати діяльність органів державної влади та місцевого самоврядування, а також події державного життя України гарантується Конституцією та іншими законами України і не може бути ніким обмежено. З аналізу теоретичної та нормативно-законодавчої бази можна зробити висновок, що в Україні є чітко сформоване правове поле та наукове підґрунтя звітної діяльності та забезпечення взаємодії з громадськістю органів державної влади та місцевого самоврядування. Особлива актуальність розвитку електронної інформації зумовлена процесом переходу до інформаційного суспільства, який принципово змінює комунікацію та висуває нові вимоги до якості адміністративних послуг, що надаються органами державної влади.

У багатьох країнах світу впроваджуються системи оперативної взаємодії влади та громадськості. Через інтернет-платформи виконуються різноманітні завдання, зокрема своєчасне надання послуг органами влади. Одним із позитивних прикладів соціального захисту своїх громадян є Міністерство управління та впровадження цифрових технологій Республіки Польща, яке надає батькам додаткові можливості і тим самим зміцнює свій авторитет та імідж, тобто будує стосунки з громадськістю. Наприклад, за підписом Президента Республіки Польща прийнято закон, який дозволяє реєструвати народження дитини не виходячи з дому, в Інтернеті, а не як раніше у відповідному відомстві. Але це не єдині зміни до закону, які нещодавно набули чинності. Після реєстрації народження в органі цивільного стану заявнику необхідно надіслати копію свідоцтва про народження разом із повідомленням про номер ЄДРПОУ та свідоцтво про реєстрацію. Документ має бути оформлений у паперовій та/або електронній формі [17, с. 112].

Доступ до публічної інформації забезпечують:

- надання інформації у відповідь на запит;
- публікація інформації про власні кошти;
- публікація інформації у форматі відкритих даних [16].

Проаналізуємо сайт Полтавської обласної військової адміністрації [43]. Тут спостерігаємо реалізацію всіх принципів, функцій діяльності не тільки в роботі сайту, але і в соціальних мережах. Щоденні новини публікуються на офіційному Telegram-каналі, аналітика, фото, відео та новини – у Facebook. Відеозаписи брифінгів, прямих ефірів, інтерв'ю та форумів розміщені на YouTube. Спеціалісти, відповідальні за комунікацію з громадськістю, виконують описані вище функції та дотримуються принципів у цій сфері. Про останні новини області прес-служба сайту інформує у двох стрічках новин. Новини на лівій бічній панелі – найсвіжіші та найактуальніші. Відвідувачі сайту також мають можливість ознайомитися з фото- та відеоматеріалами про поточні події. Праворуч на екрані доступні новини та анонси подій, які відбулися чи відбудуться в регіоні.

Ось так швидко та чітко прес-служба влади виконує свою інформаційну функцію для громадськості. Користувач також може створити власний обліковий запис на сайті, щоб коментувати або зберігати цікаві для нього новини чи оголошення. Таким чином встановлюється контакт між владою та громадянином, який має доступ до державної інформації та повсякденної діяльності районної адміністрації. Мешканців кожного району цікавить ситуація з бюджетом, яка часто може залишатися прихованою. Прес-служба райдержадміністрації працює відповідно до законодавства, щоб кожен бачив, на які саме ініціативи пішли державні гроші.

У Полтавській обласній військової адміністрації функціонує Департамент інформаційної діяльності та комунікацій з громадськістю. Кожен, хто бажає дізнатися новини області чи іншу необхідну інформацію, може легко звернутися до цього департаменту, який відповідає за підтримку веб-сайту та зв'язки зі ЗМІ. Принципи цієї структури: відкритість, прозорість, дієвість, достовірність, оперативність, підконтрольність, підзвітність інформації. Департамент інформаційної діяльності готовий вислухати думку кожного та налагодити діловий діалог. Це допоможе працівникам краще розуміти громадську думку та громадян, формувати у своїй підсвідомості позитивний образ обласної влади.

Оперативне оформлення сайту, наявність зворотного зв'язку та вільний доступ до інформації про діяльність влади – головні складові успішних зв'язків з громадськістю. Вони мають велике значення для роботи органів державної влади та місцевого самоврядування. Ефективна робота прес-служби створює позитивний імідж владної структури, забезпечує відкритість і прозорість інформації, враховує громадську думку кожного.

Україна у XXI столітті перебуває у фазі реформування багатьох галузей. Не залишилася поза увагою і державна адміністративна система. 02 жовтня 2019 року набрав чинності Указ Президента України від 30 вересня 2019 року № 722/2019 «Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року». Найважливішою передумовою досягнення поставлених цілей є суспільний



договір між владою, бізнесом і громадянським суспільством, у якому кожна зі сторін має свою сферу відповідальності. Завдання уряду – провести реформи, забезпечити баланс інтересів громадянського суспільства, держави та бізнесу, прозоро та якісно працювати за новими підходами та забезпечити дотримання прав людини. Відповідальність бізнесу – підтримувати та розвивати державу, бізнес-середовище та громадянське суспільство, чесно сплачувати податки, здійснювати ефективні інвестиції в економіку держави та дотримуватись принципів чесної роботи та конкуренції. Обов'язок громадянського суспільства – контролювати владу, жити на засадах гідності та неухильно дотримуватись Конституції України та законів України. Метою реформи державного управління є побудова прозорої системи державного управління, створення професійного інституту державної служби та забезпечення його ефективності. Результатом впровадження реформи має стати створення ефективної, прозорої, відкритої та гнучкої структури державного управління з використанням найсучасніших інформаційно-комунікаційних технологій (е-урядування), здатної формувати та реалізовувати комплексну державну політику, яка спрямована на соціально сталий розвиток та відповідну відповідь на внутрішні та зовнішні виклики [16].

Відповідно до поставлених цілей сталого розвитку встановлюються принципи організації участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики:

- наявність конкретної мети;
- створення умов для зворотного зв'язку;
- альтернативні;
- створення умов для активної участі громадськості на етапі підготовки адміністративного рішення;
- залучення якомога більшої кількості зацікавлених учасників до управлінського обговорення та прийняття рішень;
- надання відповідної відкритої та повної інформації;
- відкритість та керованість процесу участі громадськості, здатність

формулювати лише реалістичні цілі;

– використання якісної методологічної основи організації процесу та контролю його результатів;

– професійні навички організації публічної взаємодії [66].

Підсумовуючи, можна зробити висновок, що комунікативна діяльність кожної державної інституції має бути спрямована на налагодження ефективної комунікації з іншими інституціями та громадськістю з метою реалізації ефективного соціально-економічного розвитку країни.

### **Висновки до розділу 1**

Багаторічні стосунки з громадськістю демократичної країни впевнено увійшли в сучасний український життєвий простір. Поступово усвідомлюється їх важливість і необхідність у процесі реалізації реформ державного управління. Україна перебуває в стані реформ і пройшла шлях від монопольного здійснення влади владою до взаємодії влади та громадськості на засадах партнерства та публічності, що позитивно впливає на механізми формування іміджу органів державної влади в Україні.

Для оптимізації впливу влади на перебіг соціальних процесів у суспільстві наразі необхідна підтримка громадськості та ефективний зворотний зв'язок між нею та державою. Паблік рілейшнз сприяє забезпеченню діалогу між державними установами та громадянами з урахуванням громадської думки, стимулюючи процеси участі громадян у роботі державних установ. Важливим інструментом реалізації процесів демократизації та забезпечення прозорості влади став діалог із громадськістю.

Комунікативна діяльність кожної державної інституції має бути спрямована на налагодження ефективної комунікації з іншими інституціями та громадськістю з метою реалізації ефективного соціально-економічного розвитку країни.

## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІЗ СТАНУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ

#### **2.1. Зв'язки з громадськістю як інструмент формування іміджу організацій публічної сфери**

Одним із важливих аспектів загального сприйняття та оцінки організації є враження, яке вона справляє, тобто її імідж. Імідж – це образотворче зображення, яке надає об'єкту додаткові значення (соціальні, естетичні, психологічні та ін.) Через асоціації, які не ґрунтуються на реальних властивостях самого об'єкта, але мають соціальне значення для людини, яка сприймає таке зображення. Незалежно від бажання як самої організації, так і PR-спеціалістів, імідж є об'єктивним фактором, який відіграє суттєву роль в оцінці будь-якого соціального явища чи процесу [59].

Розглянемо як за допомогою зв'язків з громадськістю відбувається формування іміджу організацій публічної сфери на прикладі Державної податкової служби України. Діяльність ДПС відбувається в соціальному середовищі, тому її успіх залежить від діалогу між чиновником і громадянином. Основним завданням ДПС є контроль за своєчасністю, достовірністю та повнотою нарахування та сплати податків, зборів, платежів та внесків фізичних осіб. Тому ступінь наповнення бюджету та недопущення втрат залежить від налагодженої роботи з платниками податків, що робить створення іміджу ДПС стратегічним завданням як для державної влади, так і для самої держави.

З метою організації розвитку ДПС наказом ДПС України від 10 грудня 2019 р. № 205 затверджено стратегічні цілі ДПС до 2025 року, в якому вперше наголошено на пріоритеті формування іміджу ДПС як європейсько орієнтованої служби з високим рівнем довіри в суспільстві.

Відповідно до цього наказу ДПС розроблено способи формування іміджу для досягнення цілей:

- стимулювання добровільної сплати податків;
- впровадження зручних та доступних сервісів для платників;
- надає якісну та швидку консультацію платникам;
- удосконалення системи зворотного зв'язку з платниками;
- впровадження програмного забезпечення РРО;
- ребрендинг та покращення зовнішніх комунікацій;
- удосконалення процедури розгляду адміністративних скарг [59].

Виходячи з наведеної вище інформації, можна підтвердити розуміння податковими органами ролі комунікації у створенні позитивного іміджу організації, але для виконання завдань, які безпосередньо залежать від рівня іміджу ДПС, необхідно використовувати сучасні інструменти PR. З розмови з чиновником складається загальне враження про роботу всієї структури влади. Тому важливим елементом у формуванні іміджу органу державної влади є безпосереднє спілкування працівників ДПС із платниками податків (роз'яснення законодавства, надання консультацій, послуг тощо).

Поведінка працівника ДПС має забезпечувати довіру громадян до державної служби. Тому прийнято ряд нормативно-правових актів, які регулюють це питання. Платники податків як державні службовці під час виконання своїх службових обов'язків зобов'язані дотримуватись «Загальних правил етичної поведінки державних службовців і посадових осіб місцевого самоврядування», затверджених Положенням Національного агентства України з питань державної служби. № 158 від 2008/05/2016 [47]. Враховуючи специфіку роботи в податкових органах, наказом ДПС України від 2 вересня 2019 року № 52 затверджено «Правила етичної поведінки в органах державної податкової служби» [49].

Згідно з правилами, встановленими наказом ДПС України від 02 вересня 2019 року № 52, під час виконання службових обов'язків працівники зобов'язані неухильно дотримуватись загальноприйнятих етичних норм

поведінки, бути прикладом порядності, освіти та культури, дотримуватися культури спілкування (не допускати нецензурної лексики та підвищеної інтонації), з повагою ставитися до прав, свобод і законних інтересів людини і громадянина, громадських об'єднань та інших юридичних осіб, виявляти свавілля або байдужість до їх законних дій і вимог.

Податківці повинні дбати про авторитет державної служби, а також про позитивну репутацію ДПС, що включає дотримання правил ввічливості, належний зовнішній вигляд, забезпечення високої якості роботи та встановленого внутрішнього розпорядку служби. Відповідно до Положення Національного агентства України з питань державної служби «Про затвердження Загальних правил етичної поведінки державних службовців і посадових осіб місцевого самоврядування» [47].

При виконанні службових обов'язків державні службовці повинні дотримуватись таких правил:

- надати інформацію про дані, що це підтверджують;
- своєчасно та в установленому порядку надавати іншим працівникам інформацію, необхідну для виконання посадових обов'язків;
- викладайте інформаційні матеріали та повідомлення чітко, лаконічно та послідовно, щоб їх можна було чітко сприйняти.

Дотримання посадовими особами принципів законності, справедливості, гуманності, непідкупності та відповідальності складає основу моральної оцінки діяльності посадових осіб, результати якої враховуються у щорічній оцінці результативності, результативності та якісних показників. визначається з урахуванням службових обов'язків [53, с. 45; 59].

Для здійснення відомчого контролю за додержанням вимог законодавства та виконанням посадових і службових обов'язків в Головному управлінні ДПС України створено відомчу контрольну ділянку. Одним із основних завдань цього сектору є організація та проведення у разі потреби перевірок із залученням працівників структурних підрозділів Головного управління інформації, що надходить у друкованих, аудіовізуальних ЗМІ, а

також правоохоронних органів та інші джерела щодо причетності посадових осіб до порушень чинного законодавства. Працівник ДПС також повинен володіти навичками комунікативного спілкування, тобто мати необхідні психологічні знання, соціальні установки, навички та досвід у сфері міжособистісного та міжгрупового спілкування. Для розширення своїх комунікативних навичок сучасний державний службовець повинен:

- вміти формулювати цілі офіційного та неформального спілкування;
- володіти технікою мовлення, знати мовленнєвий етикет і вміло ним користуватися;
- вміти задавати питання та конкретно і правильно на них відповідати;
- знати та вміти застосовувати діловий етикет;
- вміти вести бесіду, співбесіду, ділову бесіду, полеміку, суд, діалог, ділові переговори, зустрічі тощо [30, с. 4-5; 59].

Співробітники ДПС повинні забезпечувати формування іміджу не тільки шляхом безпосереднього спілкування з платниками податків, а й досягати цієї мети за допомогою різноманітних засобів комунікації, які дозволяють одночасно формувати позитивний імідж організації в різних розділах населення.

У своєму дослідженні О. Романовський [55] поділяє засоби комунікації на два види: керовані та некеровані. Використання неконтрольованих засобів комунікації означає розсилку повідомлень про організацію в ЗМІ або спеціалізовані канали. Метою такої форми спілкування є досягнення позитивного висвітлення заходів, які організовує організація. Типовими формами розповсюдження новин про життя організації через ЗМІ є прес-релізи, статті, фотоматеріали та прес-конференції. На відміну від неконтрольованих засобів комунікації, контрольовані засоби комунікації – це ті, які поширюють інформацію про організацію за рахунок організації. У цьому випадку форма, зміст матеріалу і місце його розміщення знаходяться в руках організації, яка готує повідомлення. Формами контрольованих засобів комунікації можуть бути брошури, бюлетені, звіти; такі форми відеоматеріалу,

як діафільми, слайди тощо; міжособистісне спілкування, а саме виступи, зустрічі, зустрічі, інтерв'ю і т. д. Серед контрольованих засобів також може бути інституційна реклама для зміцнення іміджу організації; Реклама пропагандистського характеру, що відображає позицію організації щодо спірного питання, та інші форми рекламних матеріалів [55, с. 100-102; 59].

Для виявлення використовуваних піар-інструментів аналізуємо офіційний сайт ДПС. З метою ведення офіційного веб-сайту та надання публічної інформації в установленому законодавством порядку створено відділ прес-служби, інформаційної політики та управління організаційно-розпорядчого управління ДПС України. Офіційний сайт ДПС містить кілька основних розділів реєстру, в тому числі «Медіа-центр». Ця вкладка, у свою чергу, містить дані, які дозволяють платникам податків дізнаватися про останні новини податкової служби, результати антикорупційної діяльності, привітання та виступи керівників ДПС, інформацію ЗМІ, презентаційні матеріали тощо. З метою інформування громадян про останні зміни законодавства та надання онлайн-консультацій на базі Інформаційно-довідкового управління ДПС створено загальнодоступний інформаційно-довідковий ресурс (ІДР). Орган державної влади також використовує засоби друкованого зв'язку, офіційне видання ДПС «Вісник. Офіційно про податки» Містить інформацію на тему податків, а саме: новини, звіти, інтерв'ю з відомими діячами у сфері оподаткування, актуальні огляди індивідуальних податкових консультацій, консультації та коментарі посадових осіб податкових та інших контролюючих органів, пункти. погляди провідних податкових експертів, статті про податкові номери, довідкова інформація [59].

Для отримання зворотнього зв'язку з громадянами створено сервіс «Пульс», метою якого є прийом звернень громадян та суб'єктів господарювання щодо протиправних дій та бездіяльності, а також можливих корупційних правопорушень у сфері службової діяльності окремих посадових осіб. структурних підрозділів ДПС та їх територіальних органів. Отримана від платників інформація повідомляється спеціально створеній комісії

невідкладно або протягом 3 робочих днів. Якщо інформація потребує додаткової перевірки, загальний строк її обробки може бути продовжено. За офіційними даними ДПС України за період квітень-вересень 2020 р. надійшло 2023 звернення платників податків (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

**Звернення платників податків до сервісу «Пульс»,  
квітень-вересень 2020 р.**

	квітень	травень	червень	липень	серпень	вересень
Надійшло звернень	329	365	403	445	371	444
Завершено розгляд	322	331	390	459	359	450
Знаходяться на розгляді	30	55	68	68	69	60

*Джерело: [59]*

Якщо узагальнити дані, наведені в наведеній таблиці, то можна відзначити, що в податковій службі створено механізм оперативного реагування на скарги платників податків та діє ефективна система зворотного зв'язку з громадянами, бо частка звернень по яким було завершено розгляд до загальної кількості звернень, що надійшли від платників податків, становить, у відсотковому значенні, 98,05%. Важливу роль у формуванні позитивного іміджу ДПС відіграє інформація, яку надають посадові особи. Реакція податківців на скарги працівників ДПС залежить від чіткості та доступності. Отже, інформація повинна створюватися та поширюватися відповідно до принципів комунікації, а саме:

- правдивість (надання правдивої інформації для законних цілей);
- контент (наповнення PR-інструментів необхідною інформацією);
- якість (донесення аргументованих повідомлень у простій, недвозначній формі);
- безперервність і послідовність (безперервне подання логічної інформації).

На виконання вимог цих принципів податківці керуються наказом ДПС України від 25.11.2019 р. № 181 «Про облік, який підлягає оприлюдненню (оновленню) у формі відкритих даних», працівники ДПС несуть персональну



відповідальність за підготовку, донесення, актуальність, достовірність та оновлення інформації для наборів даних, які будуть оприлюднені у формі відкритих даних. ДПС інформує громадян про результати проведеної діяльності, надає реєстр електронних форм податкових документів, перелік типів об'єктів оподаткування та інші дані відповідно до цього Положення. Тобто податкова служба наполегливо працює над забезпеченням громадян необхідною інформацією для внесення розрахунків до бюджету.

Кабінет Міністрів України прийняв постанову від 3 листопада 2010 року № 996 «Про забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики Кабінетом Міністрів України» [46]. Консультації з громадськістю проводяться з метою залучення громадян до участі в управлінні державними справами, надання їм вільного доступу до інформації про діяльність органів виконавчої влади та забезпечення гласності, відкритості та прозорості діяльності цих органів. Відповідно до цього рішення, проведення консультацій з громадськістю має сприяти налагодженню системного діалогу між органами виконавчої влади та громадськістю, підвищенню якості підготовки рішень з важливих питань державного та суспільного життя з урахуванням громадськості висновку та умови участі громадян у підготовці проектів таких рішень. Для сприяння участі громадськості у розробці та реалізації державної та регіональної політики створено консультативно-дорадчий орган – Громадську раду. Основними завданнями Громадської ради є:

- сприяти реалізації конституційного права громадян на участь в управлінні справами держави;
- здійснення громадського моніторингу діяльності органів виконавчої влади відповідно до законодавства;
- підготовка експертних пропозицій, висновків та аналітичних матеріалів з питань формування та реалізації державної та регіональної політики [46].

До складу Громадської ради при ДПС України входять представники організацій усіх галузей економіки, робота яких регламентується відповідно до річного плану діяльності. З моменту створення Громадської ради при ДПС України у співпраці з ДПС розглянуто низку важливих законопроектів, що забезпечують ефективність та безперервність роботи державного органу. В сучасних умовах демократизації суспільства визнання цієї праці населенням є важливою передумовою. Тобто ДПС має не лише ефективно працювати, а й вміти переконувати громадян у ефективності та доцільності своєї діяльності.

Отже, можна сказати, що комунікація з громадськістю налагоджена і головною метою залишається збереження статусу та подальше покращення діалогу з представниками бізнесу. Для забезпечення подальшої ефективної взаємодії з платниками податків необхідно визначити механізми та засоби впливу на громадську думку з метою її формування (коригування) у бажаному для організації напрямку. Вирішення цих завдань потребує використання принципів та інструментів сучасного PR, адже зв'язки з громадськістю забезпечують обмін інформацією між ДПС та громадянами, а також формують імідж державної структури.

У рамках своєї діяльності ДПС має достатню кількість PR-інструментів для налагодження прямого (консультації платників, офіційний сайт ДПС України, журнал «Вісник. Офіційно про податки», загальнодоступний інформаційно-довідковий ресурс) і зворотних (імпульсних) зв'язків, що сприяють створенню позитивного іміджу. Проте, незважаючи на різноманітні можливості ДПС зі зв'язків з громадськістю, інтерес платників до публічної інформації, яку надає відомство, не є високим. Основною причиною є недосконалі методи реалізації PR, а саме адресний підхід до компаній. Державна податкова служба не приділяє належної уваги формуванню сталого зв'язку з громадянами, незважаючи на їх більшість серед респондентів ДПС.

Таким чином, PR відіграє ключову роль у формуванні позитивного іміджу державної податкової служби. Тому необхідно забезпечити процес удосконалення зв'язків з громадськістю як інструменту формування іміджу.

## **2.2. Характеристика інструментів формування позитивного іміджу органів місцевого самоврядування**

Ефективне функціонування державних органів можливе лише за умов позитивного суспільного ставлення. Тому питання іміджу державних службовців в Україні сьогодні є одним із найважливіших, яким займаються професіонали державного управління. Для успішного подолання перешкод, які заважають побудові позитивного іміджу чиновників у громадській думці, важливо розуміти сучасні теоретичні основи цього явища та мати чітке уявлення про специфіку роботи чиновників. В уявленні більшості людей державний службовець – це не просто спеціаліст, а людина, яка виступає від імені держави. Тому поведінка чиновника, коректне ставлення до справи та громадян, культура мовлення та зовнішній вигляд формують не лише його власний авторитет чи службу, яку він представляє, а й державу в цілому. До моральних якостей належать: чесність, сумлінність, справедливість, порядність. За фізичними: стан здоров'я, працездатність, придатність до роботи в особливих умовах.

Комунікабельність – це товариськість, доброзичливість, вміння слухати людей, встановлювати ділові контакти, регулювати міжособистісні стосунки, вміння приймати й поважати іншу думку, переконувати. До системи якостей державного службовця також входять такі професійні характеристики, як: інтелект, компетентність, організаторські здібності, новаторство. Імідж державної служби передбачає соціальну конструкцію, засновану на професійних і моральних якостях усіх державних службовців.

Імідж державного інституту виконує три важливі комунікативні функції:

- аудиторія має легше сприймати інформацію про державну службу;
- забезпечення режиму максимально можливої підтримки у сприйнятті особистості посадової особи;
- підготувати ґрунт для формування установок на позитивне ставлення до посадової особи.

Суттєвою ознакою будь-якої системи образів є структура. За словами Канченко А.В., іміджева структура державного адміністративного органу включає вісім компонентів (компонентів):

- діловий імідж організації – це сприйняття організації як об'єкта підприємницької діяльності. Повнота і своєчасність послуг, що надаються громадянину, є складовими ділового іміджу організації.

- імідж співробітників включає уявлення про спосіб життя, соціальний статус і деякі особисті (психологічні) характеристики.

- внутрішній імідж організації – це сприйняття працівниками своєї організації. Основними детермінантами внутрішнього іміджу є культура організації та соціально-психологічний клімат.

- імідж лідера або головних лідерів організації включає уявлення про здібності, ціннісні орієнтації, психологічні характеристики та зовнішність лідерів [23, с. 44].

Найважливішу роль у формуванні іміджу місцевого самоврядування відіграє співпраця з усім громадянським суспільством. Принципи взаємодії органів місцевого самоврядування та громадськості залежать від культурно-історичних та світоглядних основ, на яких базується суспільство. Але ефект їх впливу скрізь однаковий: завдяки громадській думці, наприклад через ЗМІ, можна зробити політичну кар'єру або, навпаки, повністю її знищити. Те ж саме стосується іміджу органу місцевого самоврядування.

Для чіткої, позитивної динаміки формування іміджу через громадську думку, можна запропонувати наступну послідовність заходів щодо налагодження співпраці з громадськими організаціями:

- усвідомлення необхідності та ефективності співпраці з громадськими організаціями;

- складання переліку проблемних питань, які реально можна вирішити за допомогою громадських організацій;

- конкретне формулювання пріоритетних завдань, до виконання яких можуть бути залучені громадські організації;

- визначити групу неурядових структур та акторів, які можуть бути корисними у співпраці;
- вибір форми співпраці, яка є доцільною для роботи з громадськими організаціями;
- вибір форми співпраці відповідно до проблеми, що вирішується, і результату, який необхідно досягти;
- моніторинг змін, які відбулися в громаді в результаті вашої співпраці з громадськими організаціями;
- створення бази даних неурядових організацій, з якими відбулася співпраця [5, с. 149].

Для покращення своєї репутації та іміджу органам місцевого самоврядування дуже важливо розуміти, які фактори найбільше сприяють створенню такої репутації та які питання потребують найбільшої уваги. На шляху покращення іміджу органів місцевого самоврядування існує багато суперечок, і одним із таких каменів спотикання є небажання взаємодіяти з мешканцями як «споживачами» місцевих послуг, які безпосередньо формують імідж місцевої влади. Тому кожен орган місцевого самоврядування має розробити особливу «іміджеву стратегію», щоб завоювати довіру громадян. Загалом для розуміння можливостей впливу на громадські об'єднання та форми їх участі в суспільних процесах, у тому числі впливу на формування іміджу місцевого самоврядування, звернемо увагу на таке поняття, як «консалтингова політика», оскільки розкриває сутність тих форм участі громадських організацій, які поширені в нашій країні [57, с. 114].

Процес консультацій часто служить для з'ясування потреб і пріоритетів; планування, реалізація та оцінка послуг; підвищення обізнаності в суспільстві та просування необхідності змін; підтримка розвитку навичок і навичок, які дозволяють громадянам висловлювати свою думку; надання можливості брати участь у прийнятті політичних рішень та впливати на вирішення суспільних проблем на всіх рівнях; враховуючи предмет нашого дослідження, можна стверджувати про створення образів і говорити про них у цьому контексті.

Громадяни мають право брати участь у прийнятті рішень, які стосуються їх власного життя, і вимагати від органів місцевого самоврядування повного дотримання їхніх прав і свобод. Це пов'язано з тим, що органи місцевого самоврядування, вирішуючи ту чи іншу проблему, не завжди володіють фактичною ситуацією і навряд чи усвідомлюють наслідки їх вирішення. Завдяки консультативному формуванню політики громадяни певної територіальної громади намагаються вирішити багато своїх питань та проблемних питань, які їх хвилюють або в яких є потреба у певний період часу (наприклад, коли виконавчий комітет приймає важливі рішення – присутність Кількість громадян на зборах напрочуд велика) [60, с. 64-65].

Основним посиленням на консультативний підхід є те, що формування політики, навіть місцевого значення, є і має бути демократичним процесом. Однією з ключових вимог такого підходу є спільне прийняття рішень з громадськістю. Інші важливі принципи включають кооперацію, кооперацію та взаємодію між усіма сторонами, зацікавленими в певній темі. Консультативний підхід до формування регіональної політики включає широкий спектр моніторингу, а також внутрішні та зовнішні консультації. Всередині організації проводяться внутрішні консультації з її членами. Вони повинні виконуватися так само, як і зовнішні. При цьому метою кожної консультації є збір думок, міркувань, зауважень, рекомендацій тощо для прийняття найкращого рішення тощо. Форми участі громадських об'єднань у суспільному житті та алгоритми такої участі детально описані нижче. Простежимо цю тенденцію і виділимо серед запропонованих форм, близьких до органів місцевого самоврядування:

- громадські слухання відбуваються, коли громадськість завершила підготовку важливого тематичного документу, дослідження, моніторинг прав тощо;

- громадський моніторинг законодавства країни про соціальний захист населення – вивчається вплив змін до законодавства, або, навпаки,

відстежується порушення деяких прав з метою внесення змін (наприклад, рівний доступ до освіти, доступність будівель, транспорту тощо);

- національна доповідь – готується один раз на рік або за інший період, приурочена до парламентських/президентських слухань чи іншого рівня;

- альтернативний звіт громадського сектору у сфері захисту прав громадян готується у випадку, якщо офіційний документ не враховує думку громадськості або, у відповідних випадках, висловлює окрему думку щодо опублікованих даних досліджень;

- громадське розслідування діяльності органів виконавчої влади – проводиться з метою встановлення фактів щодо позитивної/негативної діяльності органу, звісно, як частина більшої кампанії. Рівень авторитетності/довіри до результатів має бути високим;

- громадська рада, кворум – засідання, які відбуваються з певною періодичністю. Засідання скликає голова відповідного органу, тому для громадськості бажано мати свого голову або співголову, який має повноваження скликати відповідний орган. Для ефективності ради, колегії бажано досягти певного ступеня консенсусу з органом влади, під керівництвом якого вона діє;

- робочі групи з проблемних питань – можуть бути ефективними, якщо мають чіткі завдання/регламент та механізм реалізації розроблених рішень;

- участь у засобах масової інформації – відбувається шляхом оприлюднення нормативних документів, експертних висновків, викладення позицій представників груп та осіб, які впливають на громадську думку;

- скарги громадян/проксі-заяви – можуть бути ефективними для масових скарг. Необхідно враховувати, що такі заяви мають формально відповідати вимогам чинного законодавства, а формулювання мають бути сформульовані максимально точно;

- «круглий стіл» – проводиться за необхідності для визначення позицій запрошених експертів для подальшої розробки планів і програм діяльності за окремими темами. Або для оцінки проекту чи інших рішень [67].

Отже, як бачимо, існує багато форм участі державних органів у суспільному житті, але головне завдання в реалізації алгоритму цієї участі зводиться до одного знаменника – це захист прав та інтересів того чи іншого об'єднання, делегування таких інтересів на рівні органів влади, висвітлення основних проблемних аспектів певної групи населення на державному рівні суспільних відносин.

## **Висновки до розділу 2**

Важливим елементом формування позитивного іміджу державної податкової служби є сучасні засоби зв'язків з громадськістю. Основна функція – налагодження прямої та опосередкованої комунікації з платниками податків усіх рівнів. Формування іміджу організації починається з першого враження від спілкування, тому посадова особа повинна дотримуватися правил ефективного спілкування, правил етичної поведінки, виконувати посадові обов'язки та постійно підвищувати рівень своїх комунікативних навичок.

Найважливішу роль у формуванні іміджу місцевого самоврядування відіграє співпраця з усім громадянським суспільством. Принципи взаємодії органів місцевого самоврядування та громадськості залежать від культурно-історичних та світоглядних основ, на яких базується суспільство. Але ефект їх впливу скрізь однаковий: завдяки громадській думці, наприклад через ЗМІ, можна зробити політичну кар'єру або, навпаки, повністю її знищити. Те ж саме стосується іміджу органу місцевого самоврядування.

Для покращення своєї репутації та іміджу органам місцевого самоврядування дуже важливо розуміти, які фактори найбільше сприяють створенню такої репутації та які питання потребують найбільшої уваги. На шляху покращення іміджу органів місцевого самоврядування існує багато суперечок, і одним із таких каменів спотикання є небажання взаємодіяти з мешканцями як «споживачами» місцевих послуг, які безпосередньо формують



імідж місцевої влади. Тому кожен орган місцевого самоврядування має розробити особливу «іміджеву стратегію», щоб завоювати довіру громадян.

Існує багато форм участі державних органів у суспільному житті, але головне завдання в реалізації алгоритму цієї участі зводиться до одного знаменника – це захист прав та інтересів того чи іншого об'єднання, делегування таких інтересів на рівні органів влади, висвітлення основних проблемних аспектів певної групи населення на державному рівні суспільних відносин.

## РОЗДІЛ 3

### НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ

#### **3.1. Застосування інформаційно-комунікаційних технологій для формування іміджу органів державної влади**

Сьогодні в Україні інформаційно-комунікаційна діяльність, пов'язана із взаємодією органів державної влади та місцевого самоврядування з громадськістю, здійснюється у спеціально утворених структурних підрозділах, які можуть мати різні назви: прес-служба, відділ, відділ зв'язків з громадськістю та ін. Основна його мета – реалізація Паблік рилейшнз, а головним його завданням є створення позитивного іміджу влади та її посадових осіб.

Для поширення інформації про результати роботи органів державної влади відділ зв'язків з громадськістю використовує різні організаційні форми комунікації, серед яких [15, с. 1-6; 25]:

- видання та розповсюдження інформаційних бюлетенів, прес-релізів, оглядів, фото- та відеоматеріалів, інформаційних збірників, експрес-інформацій;
- організація прес-конференцій, теледебатів, брифінгів, політичних діалогів, прес-клубів, круглих столів та інтерв'ю з керівниками урядів та медіа-професіоналами;
- розробка та реалізація телерадіопрограм;
- підготовка публікацій (виступів) у засобах масової інформації для керівників державних органів або інших посадових осіб;
- створення інформаційних архівів про діяльність органів влади;
- створення веб-сторінок в мережі Інтернет про державні органи та їх діяльність тощо.

Державні установи та органи місцевого самоврядування використовують також інші форми поширення державної інформації. Тому створено інтегрований веб-портал органів виконавчої влади для створення системи інформування громадськості про їхню діяльність та забезпечення прозорості в роботі українських державних структур. Портал є центральною частиною електронної інформаційної системи «Електронний уряд», робота якої спрямована на інтеграцію інших веб-сайтів, електронних інформаційних систем державних установ та процедур надання послуг громадянам через Інтернет. 20 вересня 2017 року Кабінет Міністрів України схвалив Концепцію розвитку електронного урядування в Україні, в якій визначено основні цілі та пріоритетні напрями розвитку інформаційних ресурсів для діяльності органів державної влади, регіонального та місцевого самоврядування [52]. Варто зазначити, що за останні два роки Україна піднялася на 25 позицій у світовому рейтингу роботи електронного урядування та на 30 позицій у рейтингу надання відкритих даних. Лише із застосуванням інноваційного підходу та найперспективніших технологій можливий більш ефективний розвиток, що передбачено проектом концепції [61].

Реалізація проектів електронного урядування має здійснюватися у співпраці з усіма національними структурами та органами місцевого самоврядування та мати схвалення міжнародних партнерів. Розглянемо детальніше найважливіші проекти електронного урядування.

*Електронні послуги.* Основним напрямком системи електронного урядування є надання електронних послуг, оскільки це стосується як усіх громадян, так і кожної окремої людини. Одним із завдань, визначених у Концепції розвитку електронного урядування в Україні, було запровадження до кінця 2018 року 100 електронних послуг. До затвердженого урядом переліку увійшли найбільш пріоритетні послуги для бізнесу та громадян, які б зменшили ризики корупції. Це було частково досягнуто, і наразі 118 електронних послуг доступні на урядовому порталі, який діє як «єдине вікно» для доступу до всіх онлайн-послуг. Серед них такі соціально значущі послуги,

як: послуги для бізнесу, послуги з оформлення допомоги при народженні дитини, послуги із землекористування та будівництва тощо. Минулого року було запущено важливий «пакет» електронних сервісів для водіїв та перевізників, які тепер доступні в електронних кабінетах оператора чи водія. В даний час такі послуги дуже затребувані. Загалом у 2020 році рівень використання електронних сервісів в Україні зріс утричі. 30 січня 2019 року уряд ухвалив постанову про затвердження Плану заходів щодо реалізації Концепції розвитку електронного урядування в Україні на 2020-2022 роки, якою передбачалося впровадження не менше 50 електронних сервісів для виробництва ліків, водовідведення, будівництво, оформлення водійських прав тощо [16; 25].

Крім того, важливо відзначити, що філософія розвитку електронних послуг починає змінюватися. Відтепер влада не лише створюватиме нові електронні послуги, а й оптимізуватиме їх у контексті життєвих та бізнес-ситуацій. Першим таким проектом, який наразі впроваджується у багатьох закладах, є сервіс «Е-малятко», який об'єднує дев'ять адміністративних послуг [16].

До них відносяться такі послуги [25]:

- реєстрація народження дитини;
- реєстрація місця проживання дитини;
- допомога при народженні дитини;
- розміщення інформації про дитину в електронній системі охорони здоров'я;
- при необхідності видача довідок батькам і дитині про багатодітність сім'ї;
- реєстрація в реєстрі населення;
- визначення походження дитини (у разі народження дітей поза шлюбом);
- реєстрація в державному реєстрі фізичних осіб – платників податків;
- визначення громадянства дитини.

Широкому поширенню електронних послуг сприяє поширення відомих і надійних методів електронної ідентифікації. Зокрема, наприкінці минулого року українці змогли скористатися послугою мобільної ідентифікації (більшість електронних сервісів уже стандартно доступні через додаток Mobile ID) [16].

*Digital by Default.* Адаптація українського законодавства до процесу цифровізації є важливою для прискорення впровадження електронного уряду. Важливий крок у цьому напрямку зроблено: Кабінет Міністрів України прийняв постанову, яка регламентує реалізацію принципу «Цифрове за замовчуванням». Відповідно до цього принципу державні нормативні акти підлягають цифровій експертизі. Відповідно, в усіх державних нормативно-правових актах як основну форму закріплено електронну реалізацію принципу «Digital by Default». Для цього нормативно-правові акти проходять цифрову перевірку. Прийняття рішення започаткує поступову якісну трансформацію всієї нормативно-правової бази діяльності органів влади [16; 25].

*Електронний документообіг.* Важливим напрямком діяльності у сфері електронного урядування є впровадження електронного документообігу в органах влади. Минулого року до проекту електронної адміністративної співпраці було підключено 193 органи управління, установи та організації. Відтоді електронний міжвідомчий діалог ведуть 673 організації. Щодня до системи надходить близько 5400 електронних документів [16]. Цього року планується підключити до системи не менше 300 нових абонентів, в першу чергу за рахунок органів місцевого самоврядування, в тому числі новостворених територіальних органів. Крім того, наступного року буде відбуватися послідовна «адаптація» державних установ до прийнятих наприкінці минулого року європейських стандартів створення електронних документів. Електронна система погодження законопроектів вже розроблена та знаходиться на стадії тестування. Система також забезпечує моніторинг процедури та підготовку відповідного аналізу роботи Секретаріату Кабінету Міністрів України.

*«Трембіта»*. Наприкінці 2018 року проект електронної взаємодії державних електронних інформаційних ресурсів «Трембіта» отримав експертний висновок Держспецзв'язку та захисту інформації, в якому зазначено, що компоненти «Трембіти» відповідають вимогам технічного захисту інформації [16]. Впровадження «Трембіти» вже розпочато з об'єднання інформаційних ресурсів державних представництв. Пріоритетами органів державної влади щодо електронного адміністрування цього року є підключення до первинних реєстрів «Трембіта», зокрема Міністерство юстиції України, Міністерство соціальної політики України, Пенсійний фонд України, ДПСУ, МВС України.

*Відкритість даних*. У 2021 році Україна посіла 14 місце у світі за впровадженням принципу відкритості даних і 2 місце за темпами розвитку цього принципу за чотири роки. Це підтверджено в звіті про глобальну оцінку Open Data Barometer [16]. У 2021 році інформацію про транспортну сферу та дані про неї оприлюднили місцеві адміністрації. Тому інформація МВС України про зареєстровані транспортні засоби стала однією з найпопулярніших, оскільки відображає реальний стан українського автомобільного ринку. На цій основі створено корисний онлайн-сервіс, яким громадяни скористалися вже понад мільйон разів і впливає на позитивний імідж державних установ. Особливо варто відзначити важливість даних про ліцензії на автомобільні перевезення пасажирів і вантажів, які були доступні українцям минулого року. Тепер кожен, хто має номер транспортного засобу, може всього за кілька секунд перевірити свої водійські права та на основі цієї інформації вирішити, чи довірити своє життя такому перевізнику. Важливою ініціативою Міністерства фінансів України стало оприлюднення на порталі [openbudget.gov.ua](http://openbudget.gov.ua) даних 9683 місцевих бюджетів, які містили інформацію про статистику їх праці. Це дозволяє всім українцям контролювати використання бюджетних коштів, як на рівні держави, так і на рівні села [16]. Крім того, Державне агентство з питань електронного урядування зосереджується на покращенні якості вже опублікованих наборів даних.

Зазначимо, що найпоширенішими формами спілкування «Електронного Уряду» з громадянами є такі [29, с. 333]:

- надання державних послуг громадянам і організаціям;
- поширення державної інформації;
- електронізація діяльності внутрішніх органів тощо.

Провідним напрямком підвищення ефективності державного управління у сфері становлення та функціонування «електронного уряду» є розвиток адміністративно-правових інститутів, що забезпечують максимальну реалізацію соціальних інтересів і потреб суспільства. У зв'язку з цим визначимо основні напрями формування позитивного іміджу органів державного управління за рахунок розвитку потенціалу інформаційних технологій (рис. 3.1).

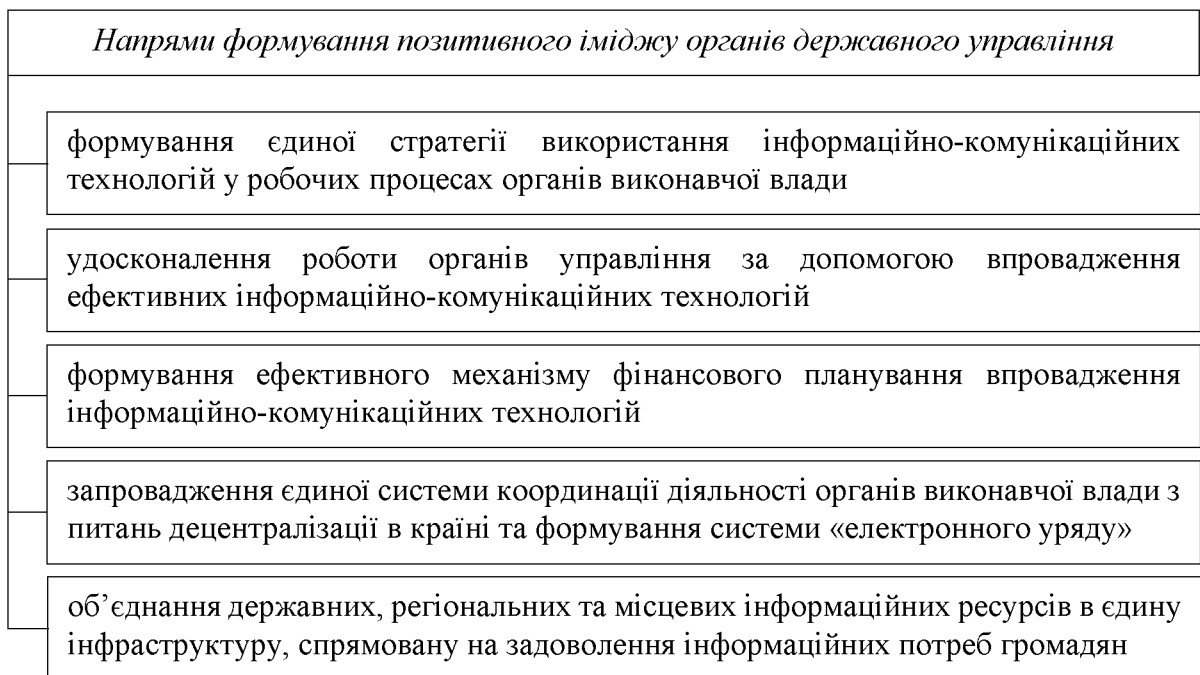


Рис. 3.1. Напрями формування позитивного іміджу органів державного управління

*Джерело: [25, с. 193]*

Прикладом нових підходів до інформування громадськості та розвитку принципів відкритості державної політики є офіційне оприлюднення на веб-сайті Кабінету Міністрів України матеріалів засідань урядових комітетів та порядку денного засідань уряду та всіх виданих нормативно-правових актів.

Процеси, спрямовані на використання нових можливостей інформаційних технологій для створення позитивного іміджу органів державної влади, реалізуються через створення їх основних напрямків підтримки. Склад і структура інформації, що розміщується органами виконавчої влади на власних веб-сайтах, а також її оформлення визначаються вимогами постанови Кабінету Міністрів України «Про порядок оприлюднення в мережі Інтернет інформації про діяльність органів виконавчої влади» [51] від 4 січня 2002 р. № 3 та про порядок інформаційного наповнення та технічного забезпечення Єдиного веб-порталу органів виконавчої влади [48].

Інтернет сприяє діалогу між громадянами та державою. Ця новітня форма спілкування для громадян дозволяє віртуально надавати послуги з меншими фінансовими та часовими витратами та відкриває нові можливості для безпосереднього залучення суспільства до політичного життя. Вивчаючи досвід інших країн, ми переконалися, що комп'ютерні технології «Електронного Уряду» значно покращують роботу органів виконавчої влади та їх структурних підрозділів та знижують непродуктивність їхньої роботи [16]. Проекти, розміщені на сайтах електронного урядування для публічного обговорення, підвищують ефективність остаточних рішень державного управління. Науковці, підприємці та інші громадяни надсилають корисні поради та оригінальні ідеї, які не лише мають важливий економічний та соціальний ефект, а й сприяють формуванню позитивного іміджу влади.

### **3.2. Інструменти формування позитивного іміджу влади у системі зв'язків з громадськістю**

Вчені визначили інструментарій іміджезнавства, використання якого позитивно вплине на формування іміджевих властивостей об'єкта. Предметом нашого дослідження є державний орган, який у своїй діяльності має розвивати іміджеві характеристики, що створюють позитивний імідж у цілому. У рамках



нашого дослідження ми розглянемо найважливіші інструменти іміджезнавства: позиціонування, візуалізацію, вербалізацію, деталізацію, використання яких суттєво вплине на формування позитивного іміджу державної влади. Кожен із цих засобів відповідає за характер і форму передачі інформації про діяльність органів державної влади. Розглянемо кожен інструмент іміджезнавства окремо та визначимо, як саме його використання може вплинути на формування іміджу влади.

Одним із головних інструментів іміджевої науки є позиціонування. Концепція позиціонування була розроблена в 1972 році американськими рекламистами і маркетологами Е. Райсом і Дж. Траттом, коли серія їхніх статей під загальною назвою «The Positioning Ego» була опублікована в професійному виданні «Advertising Age» [65; 62]. Згідно з інтерпретаціями цих науковців, поняття інструменту позиціонування розкривається через звернення уваги на характеристики «гіперкомунікативного» суспільства, психологічні та прикладні аспекти структури людської свідомості та підсвідомості, шляхи проникнення повідомлень та позиціонування та репозиціонування стратегії. Однак слід мати на увазі, що механізми позиціонування, як правило, не замінюють і не змінюють фактичних характеристик і характеристик іміджу компанії. Завдяки позиціонуванню як інструменту іміджезнавства можна виявити та висвітлити конкретні позитивні риси в інформаційно-медійному просторі конкретної організації. До відповідних прикладів іміджевих характеристик, які державні органи позиціонують: «Ми відкриті до інформації», «Ми відкриті до співпраці», «Ми ведемо свою фінансову діяльність прозоро», «Ми оперативно реагуємо на запити громадськості» тощо. У перспективі позиціонування органи державної влади концентруються на тих позитивних характеристиках (характеристиках) своєї діяльності, до яких вони самі прагнуть, якщо вони ще не вироблені. Тому позиціонування допомагає «включити» об'єкт у вигідну для нього інформаційну сферу. Однак протягом останніх десятиліть громадянське суспільство отримувало через ЗМІ численні повідомлення про порушення в

діяльності окремих органів влади, особливо щодо державних закупівель, фінансово-економічних розрахунків та корупції. Але на всі ці виклики влада відповідає однаковою позицією і наголошує (повторює): «Ми відкриті до інформації», «Ми відкриті до співпраці». Інструмент позиціонування є невід'ємною частиною довгострокової стратегії рекламної та/або PR-кампанії. У довгостроковій перспективі органи державної влади позиціонуються так, щоб змінити свою діяльність на краще та навчитись працювати та здійснювати фінансову діяльність за нормами цивілізованого громадянського суспільства.

Результатом позиціонування є думка громадян про владу. В основному оцінка позиціонування – це сукупність кількох реальних характеристик (зросла чи ні довіра громадян; відкритий і прозорий доступ до інформації чи ні; ступінь реакції на зауваження, скарги, пропозиції) та створеного іміджу (враження, яке виникає через діяльність представників тієї чи іншої влади). У майбутньому позицію органів державної влади має визначати громадянське суспільство, а не представники влади. Зверніть увагу, що з часом «якісні» характеристики позиціонованого об'єкта – державного органу – можуть посилити або зруйнувати отримане зображення. Варто згадати ще два фактори: ефект позиціонування може виражати позитивний імідж влади та надавати ефективні можливості для взаємодії з громадськістю; впроваджуйте іміджеві стратегії, які дозволяють органам влади відрізнити себе від інших якісних характеристик. Для досягнення ефекту стратегію позиціонування необхідно проводити в три етапи: чітке визначення поточної позиції; вибір потрібної позиції; виробка та реалізація заходів щодо досягнення бажаної посади. Одним із показників ефективного та ефективного позиціонування можна вважати обрання тих кандидатів, які були головами та депутатами міських, районних, міських, обласних та інших рад у попередніх скликаннях.

В останні роки державні органи в Україні використовують розгалужену систему візуалізації власної діяльності. Більшість населених пунктів відродили традицію мати власні герби, прапори та гімни, більшість з яких ілюструють авторитет того чи іншого села чи міста. Якщо десять років тому її

ще можна було зустріти на перших шпальтах газет, то сьогодні символи як один із компонентів інструменту візуалізації можна побачити на офіційних сайтах, на офіційних сторінках Facebook, телеграмах каналів тощо. За підтвердженими даними, Україна входить до десятки європейських країн за кількістю користувачів Інтернету. Ще у 2002 році Постановою Державного комітету інформаційної політики, телебачення і радіомовлення України затверджено чинний «Порядок функціонування веб-сайтів органів виконавчої влади» зі змінами 2015 року, яким встановлено основні вимоги до їх інформаційного наповнення. Також у розділі 1.3. Статтею 1 передбачено, що «Система управління інформаційним наповненням веб-сайту органу виконавчої влади має універсальну модульну архітектуру та включає: модуль адаптації інформації на веб-сайті для користувачів з вадами зору та слуху, модуль системи обліку населення. «інформаційний», модуль пошукової системи, модуль надання адміністративних послуг, модуль електронних скарг громадян, модуль резервного копіювання даних веб-сайту на випадок непередбаченого збою тощо [44; 62].

З роками склалася певна форма візуалізації інформації. При взаємодії з органами державної влади, регіональними структурами та науковими установами, з одного боку, необхідно дотримуватись принципу своєчасності інформаційних запитів, а з іншого – забезпечити необхідну якість продукції та відповідність усім вимогам і стандартам. подання інформації: достовірність, повнота, актуальність викладених матеріалів з доповненням доповідями відповідних спеціалістів; дотримання законодавства України про інформацію та засоби масової інформації [2; 62].

Використання соціальних мереж державними органами дозволяє швидко візуалізувати інформацію про поточні події, що сприяє формуванню позитивного іміджу влади, обов'язок якої – працювати для громадян. Для порівняння розглянемо практичний досвід США у сфері урядової системи зв'язків з громадськістю, урядової комунікації, де ключовим напрямком є твердження: «PR необхідний, щоб уряд говорив одним голосом». важливість

зв'язків з громадськістю для внутрішньої організації та управління урядом для запобігання інформаційним збоєм і суперечливим комунікаційним процесам у самому уряді. Запобігти інформаційним затемненням і цілеспрямована американська стратегія єдиним голосом. Загалом виникає так званий шум каналів зв'язку, в якому споживач уже не може зрозуміти, що є первинним, а що вторинним [67; 62].

Розглянемо, наприклад, урядовий портал Пентагону. Він має один із найдосконаліших веб-сайтів за адресою <https://www.defense.gov/>. Насправді Defense.gov — це лабіринт веб-сайтів, які знаходяться під контролем помічника міністра оборони США зі зв'язків з громадськістю. Чотири військові служби філії (сухопутні війська, флот, військово-морський флот і повітряні сили), а також Національна гвардія мають власний розділ на Defense.gov. Багато компонентів порталу мають спільну мету: задовольнити інформаційні потреби армії США та інших різноманітних аудиторій. Кожна група зацікавлених сторін має унікальні інформаційні потреби, але всі поділяють спільне бажання отримати доступ до інформації та даних 24 години на добу, 365 днів на рік [66; 62]. Урядовий портал включає приблизно 10000 виборців (веб-сайти) і щомісяця охоплює аудиторію понад 230000 американців. Але загалом більше 12 мільйонів людей з усього світу відвідують пов'язані з Пентагоном веб-сайти. Інформація, доступна громадськості, є великою та конкретною. Відвідувачі можуть отримувати останні новини про програми та діяльність Міністерства оборони США, переглядати фотоархіви, переглядати відеоматеріали та графічні приклади. Є навіть окремий розділ — публічні опитування, щоб дізнатися, що відвідувачі хочуть бачити на сайті. Для інформування військових існують додаткові інформаційні зони, архіви та посилання на понад 100 веб-сайтів для додаткової інформації [26, с. 125; 62].

Журналісти та громадськість можуть отримати доступ до прес-релізів і подій, оголошень, оголошень про контракти та угоди, а також новин на сторінці Ресурси преси. Звіти та статистика оновлюються щодня, а офіційні документи представлені англійською та кількома іншими мовами [26, с. 126;

62]. Щоб підкреслити прозорість і відкритість усієї наданої інформації, домашня сторінка містить панель інструментів із посиланнями на веб-сайти Управління свободи інформації та сторінку Генерального інспектора [44]. Пентагон пристосовується до соціальних та інтерактивних медіа та реальності світу Інтернету, що розвивається. Співробітники знають і розуміють важливість точності інформації та її зв'язку з довірою зацікавлених сторін.

В останні десятиліття завдяки впровадженню інноваційних технологій розвинулися й вербальні засоби взаємодії влади та громадськості. На основі сучасних технологій виникають нові «форми та засоби залучення громадськості до вирішення існуючих проблем спільно з владою, зокрема: офіси омбудсмена та центри громадської активності, спільне створення та надання послуг, волонтерська робота, інституціоналізація роль громадськості в процесі прийняття рішень, структури захисту інтересів громадян [19, с. 72]. Завдання іміджмейкера – вміло вербалізувати реальність. Якщо перед владою стоїть завдання створити позитивний імідж, то дуже важливо, щоб PR-фахівці описували ситуації, події тощо чітко та яскраво. Словесні гасла мають стати важливою частиною щоденної діяльності. На думку вчених, є два основні моменти відмінного вживання слова. Це відволікання від реальної ситуації та інтеграція в думку чи події громадськості. Адже слово не тільки описує ситуацію, подію, слово також утворює ту чи іншу ситуацію. В умілих «руках» PR-фахівця інструмент вербалізації стає ключовим елементом формування іміджу – позитивної чи негативної думки про орган влади.

Використання інтернет-платформ дозволяє оперативно публікувати інформаційні та мультимедійні матеріали з необмеженою кількістю фактів та аргументів, викладених у доступній та зручній формі для різних категорій громадян. Інформація стала доступною для людей з обмеженими можливостями: з вадами зору та слуху. Проте більшість органів державної влади ігнорує правову норму, передбачену статтею 21 Конвенції ООН «Про права людей з інвалідністю», про обов'язок держави надавати людям з інвалідністю інформацію для широкої громадськості у доступних форматах

через використання технологій, які різноманітні Враховують форми інвалідності своєчасно та без додаткової оплати. Постановою КМУ «Про порядок оприлюднення інформації про діяльність органів виконавчої влади в мережі Інтернет» від 4 лютого 2002 р. № 3 передбачено, що інформація на офіційному веб-сайті органів виконавчої влади має бути доступною для користувачів із візуальним та порушення слуху.

У системі створення образу характерні деталі, які служать для підкреслення необхідної ситуації, події, особи. Деталі краще запам'ятовуються. Однак не варто забувати, що неправильно використана і застосована деталь може стати «гачком», на якому застрягне керівник органу або його підлеглі. Керівник дбає про позитивний імідж авторитета, піклується про деталі його одягу, поведінки та зовнішнього вигляду. Отже, деталь є одним із основних носіїв властивостей зображення. Користуючись реквізитами крок за кроком: бібліографічний нарис про наукового керівника; відомості про діяльність органу, успіх якої пов'язаний з ім'ям керівника; з маленькими розповідями про сімейне життя, про життя начальства і т. д. поступово буде формуватися бажаний публічний образ. Адже можна багато говорити про досягнення владою бажаних результатів і конкретизувати це конкретними цифрами та фактами – ось деталізація.

Державна влада повинна щодня приділяти увагу наповненню кожного елемента іміджевої структури інформаційного поля. Відсутність будь-яких елементів (візуальної чи вербальної інформації) дає можливість громадськості висловлювати власні здогади та оцінки, які не завжди відповідають дійсності. За роки функціонування системи зв'язків з громадськістю склалися чіткі форми взаємодії органів влади та громадськості. У наукових джерелах ми знаходимо їх перелік: інформування громадськості, консультації з громадськістю, громадські дорадчі комісії, круглі столи, опитування громадської думки, фокус-групи, соціальний моніторинг, громадські слухання, громадська освіта, громадська організація, створення громадських коаліцій тощо [19].

Досвід роботи органів державної влади за принципом «прозорості та відкритості дій» дозволяє сформулювати правила роботи з громадськістю: не приймати важливих рішень без участі в громадському обговоренні; без аналізу громадської думки; без моделювання прогнозу соціальної поведінки населення; без досягнення згоди між громадськістю та державними органами [26, с. 127]. Для досягнення цих цілей діяльність служби зв'язків з громадськістю має бути спрямована як мінімум у двох напрямках: інформування широкої та місцевої громадськості; формування позитивного іміджу влади, управління кризовими ситуаціями.

Якщо вивчати дослідження українського вченого В. Бугрима [6, с. 34] щодо основних етапів становлення та становлення іміджу організації, то зауважимо, що вони певним чином можуть стосуватися органів державної влади:

- фірмовий стиль – основа іміджу, найважливіший засіб його створення;
- візуальні засоби – креативні методи створення іміджу, до яких відносять дизайн упаковки, оформлення вітрин, офісів, виставок і розробку рекламних макетів;
- оригінальні макети можуть бути різними, але елемент (деталь), який завжди присутній на всіх позиціях, робить цілий ряд макетів впізнаваними;
- вербальні (вербальні) засоби – спеціально підібрана стилістика, спрямована на недоліки споживача;
- рекламні матеріали – рекламні матеріали, які використовуються в окремих випадках і сприяють формуванню позитивного ставлення;
- діяльність зі зв'язків з громадськістю – добре продумані, сплановані та постійні зусилля для побудови та зміцнення взаєморозуміння між організацією та громадськістю. Це виставки, презентації, прес-конференції, спонсорські заходи [6, с. 35].

Використання представлених інструментів органами влади у системі зв'язків з громадськістю є ефективним у демократичному суспільстві.

### **Висновки до розділу 3**

Розуміння специфіки використання технологій зв'язків з громадськістю в державному управлінні дозволяє визначити зв'язок менеджменту з суспільними інтересами. Найбільш комплексно технологія PR використовується в процесі розробки та впровадження державних маркетингових і комунікаційних технологій, що є невід'ємною частиною демократичного процесу прийняття рішень в державному управлінні.

Можна стверджувати, що зв'язки з громадськістю у системі державного управління є надзвичайно важливим для влади, яка запроваджує різноманітні технології та способи реалізації інформаційної взаємодії. Без відносин між адміністрацією та населенням робота стає непродуктивною. Крім того, відносини з громадськістю спрямовані як на формування та підтримку власного позитивного іміджу, так і всієї системи влади. Важливо привертати увагу до корисної та необхідної для громадськості інформації, дотримуючись принципів відкритості у формуванні та реалізації державної політики в системі взаємодії з громадськістю. Але має бути дотримана протилежна вимога – громадськість має активно та достатньо системно співпрацювати з владою. Тобто система відносин із громадськістю є своєрідним взаємопроцесом, у якому активні обидві сторони, діяльність яких спрямована на позитивний розвиток суспільства. Комунікація між цими сторонами має на меті досягти ефективних результатів із якомога більшою вигодою для всіх, хто бере участь у комунікаційному процесі (активних чи пасивних) – у всьому суспільстві.



## ВИСНОВКИ

Багаторічні стосунки з громадськістю демократичної країни впевнено увійшли в сучасний український життєвий простір. Поступово усвідомлюється їх важливість і необхідність у процесі реалізації реформ державного управління. Україна перебуває в стані реформ і пройшла шлях від монопольного здійснення влади владою до взаємодії влади та громадськості на засадах партнерства та публічності, що позитивно впливає на механізми формування іміджу органів державної влади в Україні.

Для оптимізації впливу влади на перебіг соціальних процесів у суспільстві наразі необхідна підтримка громадськості та ефективний зворотний зв'язок між нею та державою. Паблік рілейшнз сприяє забезпеченню діалогу між державними установами та громадянами з урахуванням громадської думки, стимулюючи процеси участі громадян у роботі державних установ. Важливим інструментом реалізації процесів демократизації та забезпечення прозорості влади став діалог із громадськістю.

Комунікативна діяльність кожної державної інституції має бути спрямована на налагодження ефективної комунікації з іншими інституціями та громадськістю з метою реалізації ефективного соціально-економічного розвитку країни.

Важливим елементом формування позитивного іміджу державної податкової служби є сучасні засоби зв'язків з громадськістю. Основна функція – налагодження прямої та опосередкованої комунікації з платниками податків усіх рівнів. Формування іміджу організації починається з першого враження від спілкування, тому посадова особа повинна дотримуватися правил ефективного спілкування, правил етичної поведінки, виконувати посадові обов'язки та постійно підвищувати рівень своїх комунікативних навичок.

Найважливішу роль у формуванні іміджу місцевого самоврядування відіграє співпраця з усім громадянським суспільством. Принципи взаємодії органів місцевого самоврядування та громадськості залежать від культурно-

історичних та світоглядних основ, на яких базується суспільство. Але ефект їх впливу скрізь однаковий: завдяки громадській думці, наприклад через ЗМІ, можна зробити політичну кар'єру або, навпаки, повністю її знищити. Те ж саме стосується іміджу органу місцевого самоврядування.

Для покращення своєї репутації та іміджу органам місцевого самоврядування дуже важливо розуміти, які фактори найбільше сприяють створенню такої репутації та які питання потребують найбільшої уваги. На шляху покращення іміджу органів місцевого самоврядування існує багато суперечок, і одним із таких каменів спотикання є небажання взаємодіяти з мешканцями як «споживачами» місцевих послуг, які безпосередньо формують імідж місцевої влади. Тому кожен орган місцевого самоврядування має розробити особливу «іміджеву стратегію», щоб завоювати довіру громадян.

Існує багато форм участі державних органів у суспільному житті, але головне завдання в реалізації алгоритму цієї участі зводиться до одного знаменника – це захист прав та інтересів того чи іншого об'єднання, делегування таких інтересів на рівні органів влади, висвітлення основних проблемних аспектів певної групи населення на державному рівні суспільних відносин.

Розуміння специфіки використання технологій зв'язків з громадськістю в державному управлінні дозволяє визначити зв'язок менеджменту з суспільними інтересами. Найбільш комплексно технологія PR використовується в процесі розробки та впровадження державних маркетингових і комунікаційних технологій, що є невід'ємною частиною демократичного процесу прийняття рішень в державному управлінні.

Можна стверджувати, що зв'язки з громадськістю у системі державного управління є надзвичайно важливим для влади, яка запроваджує різноманітні технології та способи реалізації інформаційної взаємодії. Без відносин між адміністрацією та населенням робота стає непродуктивною. Крім того, відносини з громадськістю спрямовані як на формування та підтримку власного позитивного іміджу, так і всієї системи влади. Важливо привертати увагу до корисної та необхідної для громадськості інформації, дотримуючись

принципів відкритості у формуванні та реалізації державної політики в системі взаємодії з громадськістю. Але має бути дотримана протилежна вимога – громадськість має активно та достатньо системно співпрацювати з владою. Тобто система відносин із громадськістю є своєрідним взаємопроцесом, у якому активні обидві сторони, діяльність яких спрямована на позитивний розвиток суспільства. Комунікація між цими сторонами має на меті досягти ефективних результатів із якомога більшою вигодою для всіх, хто бере участь у комунікаційному процесі (активних чи пасивних) – у всьому суспільстві.