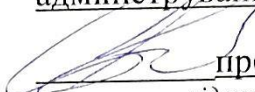


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
Спеціальність 281 «Публічне управління та адміністрування»


Допускається до захисту
Завідувач кафедри публічного управління,
адміністрування та міжнародної економіки


 назва кафедри
професор Сокольська Т.В.
підпис, вчене звання, прізвище, ініціали

«до» листопада 2023 року

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

УДОСКОНАЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ МЕХАНІЗМІВ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ В УКРАЇНІ

Виконав: Слободянюк Вадим Валерійович 
прізвище, імя, по батькові підпис

Керівник: професор Сокольська Тетяна Вікторівна 
вчене звання, прізвище, ім'я, по батькові підпис

Рецензент: доцент Гаврик Олеся Юріївна 
вчене звання, прізвище, ім'я, по батькові підпис

Я, Слободянюк Вадим Валерійович, засвідчую, що кваліфікаційну роботу виконано з дотриманням принципів академічної доброчесності.

Біла Церква – 2023

АНОТАЦІЯ

Слободянюк Вадим Валерійович. Удосконалення інформаційно-комунікаційних механізмів формування позитивного іміджу органів публічної влади в Україні

Досліджено теоретико-методологічні засади інформаційно-комунікаційних механізмів формування позитивного іміджу органів публічної влади, зокрема, поняття комунікацій та комунікативної культури державного службовця: понятійно-категорійна сутність та їх вплив на органи публічної влади. Оцінено стан та тенденції соціально-економічного розвитку Червонослобідської сільської територіальної громади; проаналізовано інформаційно-комунікаційні механізми формування позитивного іміджу органів влади, проведено Swot-аналіз як підґрунтя сценаріїв стратегічного розвитку громади на засадах лідерства; оцінено імідж органів місцевого самоврядування в громаді. Обґрунтовано шляхи посилення позитивного іміджу органів публічної влади: механізми та інструменти удосконалення.

Використано методичні підходи, методи. У кваліфікаційній роботі магістра застосовані загальнонаукові і спеціальні методи дослідження, зокрема: діалектичний метод пізнання (для визначення сутності поняття комунікацій та комунікаційної культури в публічному управлінні та їх особливості в територіальних громадах); логічний (для обґрунтування механізмів та інструментів удосконалення іміджу органів місцевого самоврядування досліджуваної громади); системний аналіз (для дослідження складових комунікативної культури державного службовця, соціально-економічного розвитку громад з метою виявлення його чинників, що на нього впливають); порівняльний аналіз (для співставлення ефективності публічного управління різних громад, як в Україні, так і зарубіжних країнах); статистичні (для вироблення сценаріїв стратегічного бачення соціально-економічного розвитку громади); абстрактно-логічний (для теоретичних узагальнень і формулювання висновків дослідження); тощо.

Виявлено, що комунікації у публічному управлінні є регулюючим і координуючим механізмом у взаємовідносинах держави і суспільства, забезпечуючи стабільність та ефективність їх функціонування в цілому. Комунікативна культура є однією із складових загальної культури державного службовця, оскільки займає провідне місце в загальнокультурному і професійному становленні особистості. Вона являє собою сукупність елементів, що регулюють комунікативну діяльність і формуються, функціонують та розвиваються через взаємодію суб'єктів та індивіда і визначається як система знань, норм, цінностей і зразків поведінки, прийнятих в суспільстві, вміння органічно, природно й невимушено реалізувати їх у діловому й емоційному спілкуванні.

Зроблено висновок, що запровадження європейської моделі суспільних відносин потребує невідкладної зміни системи публічного управління, переходу від політики інформування до публічної комунікації. Сучасні інформаційні технології й розвиток засобів комунікації створюють великі можливості для покращення інформаційного забезпечення та просування ідей державної політики. Виникає можливість багатостороннього інформаційного взаємообміну, в якому відбувається зближення або злиття функцій, каналів, засобів, форм та типів відносин між учасниками комунікації. Широкомасштабна війна в Україні загострила проблеми і ризики, що постали перед Червонослобідською ОТГ, і водночас, надала їй керівництву і мешканцям широкі можливості. Вирішення посталих перед громадою проблем значною мірою залежить від іміджу як керівника так і керівництва громади, їх компетентності і авторитету. Позитивний імідж органів влади існує там, де існує громадянське суспільство, яке вільне від диктату політичної влади; де влада зважає на позицію суспільства і турбується про свою репутацію та імідж країни. В якості рекомендації пропонуємо використовувати лідерський потенціал голови громади та громадського активу сприяти перетворенню Червонослобідської громади на громаду ініціативних, економічно активних людей. Це означає, що мають бути змінені існуючі стереотипи поведінки і місцева влада повинна об'єднати свої зусилля з представниками ділових кіл та населення задля формування території комфортного і безпечного проживання. Таке можливе при залученні мешканців громади до участі в прийнятті управлінських рішень.

Одержані результати можуть бути використані при формуванні освітніх програм з підготовки фахівців публічного управління та адміністрування.

Кваліфікаційна робота магістра містить 81 сторінок, 4 таблиці, 5 рисунків, список використаних джерел із 46 найменувань, додаток.

Ключові слова: публічне управління, позитивний імідж, комунікація, механізми державного управління, інформаційно-комунікаційні механізми, засоби масової інформації, ІТ-технології, публічні відносини.

ANNOTATION

Slobodianiuk Vadym Improvement of information and communication mechanisms for the formation of a positive image of public authorities in Ukraine

It has been investigated the theoretical and methodological foundations of information and communication mechanisms for the formation of a positive image of public authorities, in particular, the concept of communications and the communicative culture of a civil servant: conceptual and categorical essence and their influence on public authorities. The state and trends of socio-economic development of the Chervonoslobydska rural territorial community were assessed; information and communication mechanisms for the formation of a positive image of authorities were analyzed, a SWOT analysis was conducted as a basis for scenarios of strategic community development based on leadership; the image of local self-government bodies in the community was assessed. Ways to strengthen the positive image of public authorities are substantiated: improvement mechanisms and tools.

It has been used methodical approaches, methods. General scientific and special research methods are applied in the master's degree qualification, in particular: the dialectical method of cognition (to determine the essence of the concept of communications and communication culture in public administration and their features in territorial communities); logical (to substantiate mechanisms and tools for improving the image of local self-government bodies of the studied community); system analysis (to study the components of the communication culture of a civil servant, socio-economic development of communities in order to identify its factors that influence it); comparative analysis (to compare the effectiveness of public administration of different communities, both in Ukraine and in foreign countries); statistical (for the development of scenarios of a strategic vision of the socio-economic development of the community); abstract-logical (for theoretical generalizations and formulation of research conclusions); etc.

It was revealed that communications in public administration is a regulatory and coordinating mechanism in the relationship between the state and society, ensuring the stability and efficiency of their functioning as a whole. Communicative culture is one of the components of the general culture of a civil servant, as it occupies a leading place in the general cultural and professional formation of an individual. It is a set of elements that regulate communicative activity and are formed, function and develop through the interaction of subjects and an individual and is defined as a system of knowledge, norms, values and patterns of behavior accepted in society, the ability to organically, naturally and casually implement them in business and emotional communication.

It has been concluded that the introduction of the European model of public relations requires an urgent change of the public management system, a transition from information policy to public communication. Modern information technologies and the development of communication tools create great opportunities for improving information provision and promoting state policy ideas. The possibility of multilateral information exchange arises, in which functions, channels, means, forms and types of relations between communication participants converge or merge. The large-scale war in Ukraine exacerbated the problems and risks faced by the Chervonoslobidska community, and at the same time, provided its leadership and residents with ample opportunities. Solving the problems faced by the community largely depends on the image of both the leader and the leadership of the community, their competence and authority. A positive image of authorities exists where there is a civil society that is free from the dictates of political power; where the government takes into account the position of society and is concerned about its reputation and the image of the country. As a recommendation, we suggest using the leadership potential of the head of the community and a public asset to contribute to the transformation of the Chervonoslobidska community into a community of proactive, economically active people. This means that the existing stereotypes of behavior must be changed and local authorities must join their efforts with representatives of business circles and the population in order to create a comfortable and safe living area. This is possible when community residents are involved in making management decisions.

The results can be used in the formation of educational programs for the training of specialists in public management and administration

The master's qualification work contains 81 pages, 4 tables, 5 figures, the list of the used sources from 46 names, appendices.

Keywords: public administration, positive image, communication, state administration mechanisms, information and communication mechanisms, mass media, IT technologies, public relations.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ МЕХАНІЗМІВ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ	8
1.1. Поняття комунікацій в публічному управлінні	8
1.2. Комунікативна культура державного службовця, понятійно-категорійна сутність	19
1.3. Теорії комунікації та їх вплив на органи публічної влади	27
Висновки до розділу 1	35
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ МЕХАНІЗМІВ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ОРГАНІВ ВЛАДИ В ДОСЛІДЖУВАНІЙ ГРОМАДІ	37
2.1. Червонослобідська сільська територіальна громада: стан та перспективи розвитку	37
2.2. SWOT-аналіз, як підґрунтя вироблення сценаріїв стратегічного розвитку громади на засадах лідерства	43
2.3. Оцінка іміджу органів публічної влади досліджуваної громади	53
Висновки до розділу 2	58
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПОСИЛЕННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ	60
3.1. Механізми та інструменти удосконалення іміджу органів місцевого самоврядування досліджуваної громади	60
3.2. Інформаційно-комунікаційні механізми в системі формування позитивного іміджу органів публічної влади	65
Висновки до розділу 3	70
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	72
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	76
ДОДАТКИ	81

ВСТУП

Актуальність досліджень Сучасний світ високих інформаційних технологій вимагає швидкого пристосування до них, постійного удосконалення та оновлення. Не оминув цей вплив і комунікаційні процеси, які охоплюють усі сфери нашого життя. Новітні інформаційні технології, що значно вплинули на інструменти комунікацій створили потребу осучаснити і змінити самі підходи в діалозі між органами влади та суспільством. В цьому сенсі, з кожним роком набуває все більшого поширення і використання в різних областях знань та сферах діяльності поняття "імідж", зокрема імідж органів публічної влади. Це обумовлено тим, що механізми формування позитивного іміджу органів публічної влади мають характер фрагментарності та несистемності. Адже напередодні виборів або під час політичних змін у країні політики постійно та цілеспрямовано формують власний імідж проте, результати діяльності системи органів влади висвітлюються лише поодинокі з метою зняття соціальної напруги серед населення.

Враховуючи те, що на сьогодні кризові явища в системі державного управління, погіршення добробуту населення, економічна та політична нестабільність впливають на діяльність органів влади, виникає нагальна необхідність у здійсненні системного аналізу сучасних механізмів формування позитивного їх іміджу та удосконаленні таких механізмів.

Мета кваліфікаційної роботи полягає в теоретичному обґрунтуванні та практичній реалізації інформаційно-комунікаційних механізмів формування позитивного іміджу органів публічної влади

Об'єкт дослідження – інформаційно-комунікаційні механізми формування позитивного іміджу органів публічної влади в Україні.

Предмет дослідження – методи формування позитивного іміджу органів місцевого самоврядування.

У кваліфікаційній роботі магістра застосовані загальнонаукові і спеціальні методи дослідження, зокрема: діалектичний метод пізнання (для визначення сутності поняття комунікацій та комунікаційної культури в

публічному управлінні та їх особливості в територіальних громадах); логічний (для обґрунтування механізмів та інструментів удосконалення іміджу органів місцевого самоврядування досліджуваної громади); системний аналіз (для дослідження складових комунікативної культури державного службовця, соціально-економічного розвитку громад з метою виявлення його чинників, що на нього впливають); порівняльний аналіз (для співставлення ефективності публічного управління різних громад, як в Україні, так і зарубіжних країнах); статистичні (для вироблення сценаріїв стратегічного бачення соціально-економічного розвитку громади); абстрактно-логічний (для теоретичних узагальнень і формулювання висновків дослідження); тощо.

Інформаційними джерелами написання кваліфікаційної роботи магістра були Закони України, інші нормативно-правові акти; звітно-аналітичні та статистичні дані Державної служби статистики України, Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, Міністерства регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства, Асоціації міст України та громад, аналітичні матеріали міжнародних організацій, Червонослобідської сільської територіальної громади, результати наукових досліджень тощо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Козловцева В. А. Комунікації в публічному управлінні: конспект лекцій. Одеса, Одеський державний екологічний університет, 2020. 200 с.
2. Гошовська В. А. та ін. Комунікації в публічному управлінні: аспекти організаційної культури та ділового спілкування: навч. посіб. Київ: К.І.С., 2016. 130 с.
3. Бондаренко Н. та ін. Комунікації в органах державної влади. Київ : Український кризовий медіацентр, 2016. URL: Доступно: <https://www2.slideshare.net/arynasatovska/ss-72555611>.
4. Дрешпак В.М. Комунікації в публічному управлінні: навч. посіб. Д. ДРІДУ НАДУ: 2015. 168 с.
5. Зяйлик М. Комунікації як ефективний інструмент публічного управління. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/211065468.pdf>.
6. Шибаніна О. В., Клочан В. П., Тищенко С. І. та ін. Комунікації в публічному адмініструванні : конспект лекцій. Миколаїв : МНАУ, 2018. 200 с.
7. Верещак В. В., Компанієць К. М. Інформаційно-комунікаційні механізми як інновації в системі формування позитивного іміджу органів державної влади. Публічне управління: проблеми та перспективи : матеріали міжнар. науково-практ. інтернет-конф., 26 лист. 2021 р. : тези допов. Харків : ТОВ «Константа», 2021. С. 95 – 99.
8. Публічне управління та адміністрування в умовах інформаційного суспільства: вітчизняний і зарубіжний досвід: монографія. за заг. ред. С. Чернова, В. Воронкової, В. Банаха, О. Сосніна, П. Жукаускаса, Й. Ввайнхардт, Р. Андрюкайтене. Запоріжжя : ЗДІА, 2016. 516 с.
9. Почепцов Г. Г. Теорія комунікацій. К. : Київський університет, 1999. 238 с.
10. Михайлова О. Комунікаційні стратегії в публічному управлінні та адмініструванні: стан та проблеми в реалізації. International Science Journal of Management, Economics & Finance. Vol. 2, №. 2, 2023, pp. 93-99 .
11. Старкова Г. В. Публічна реакція на зовнішнє втручання у діяльність офіційних інтернет-ресурсів як елемент комунікації державних органів. URL:

http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/25075/1/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B0._%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D1%86%D1%8F._%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82.pdf.

12. Шевченко О. М. Особливості комунікацій з громадськістю у публічному управлінні. Публічне адміністрування: наукові дослідження та розвиток 2016. №2.С. 61-68.

13. Шкіцька, І. Ю. Сучасна мовна комунікація в публічному управлінні: навч. посіб.. Тернопіль: ТНЕУ, 2017. 312 с.

14. Ярова Г. Д. Генезис наукових поглядів на комунікації у публічному управлінні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 11. С. 103–107.

15. Семеняк Т.В. Сучасні методи та форми здійснення комунікацій у публічному управлінні. URL:<http://surl.li/mqfzh>.

16. Руденко Л. Теоретичні основи формування комунікативної культури майбутніх фахівців . URL:<https://lib.iitta.gov.ua/5466/1/%D0%94%D1%80%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D0%B1%D0%B8%D1%87.pdf>.

17. Чорнобай О. Л. Поняття і суть комунікативної культури правника. URL:<https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2017/may/2217/016-087-092.pdf>.

18. Серьогін С. М. та ін. Культура й етика в публічному адмініструванні : наук. розробка.; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України, Упр. орг. фундам. та приклад. дослідж., Дніпропетр. регіон. ін-т держ. упр. К.: НАДУ, 2010. 39 с.

19. Сарновська С.О. Міждержавні відносини і комунікативна культура. XX- століття - століття революцій. (Матеріали та тези доповідей та повідомлеї Всеукраїнської наукової конференції. Дніпропетровськ, 29-30 травня 1997 р.).С.187-188

20. Резнік К. Комунікативна культура як складова культури спілкування особистості. Збірник наукових праць Національної академії Державної прикордонної служби України Серія: педагогічні науки. № 2(9) 2017.С. 268-280.

21. Маслова Т. Б. *Принципи класифікації комунікативних стратегій*. Матеріали II Міжнар. наук. конф. Івано-Франківськ : Видавець Кушнір Г. М., 2015. С. 81–85.
22. Євсюков О. П. Комунікативна компетентність державного службовця. *Інвестиції: практика та досвід* № 1/2014. С. 129-131.
23. Омельчук А. І. Комунікативна культура державного службовця: понятійно-категорійна сутність. *Державне управління: удосконалення та розвиток* № 8, 2011. <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=312>.
24. Драгомирецка Н.М. Сучасні тенденції комунікацій у сучасному світі . *Публічне урядування: збірник*. № 1 (1) листопад 2015. Київ. : ДП «Видавничий дім «Персонал», 2015. С. 85-97.
25. Запровадження комунікацій органів державної влади : зб. мат-лів наук.-практ. конф. / упоряд. А.В.Баровська. К. : Фенікс, 2-16. 192 с.
26. Москаленко В.В. *Культура і особистість. Актуальні проблеми психології: Збірник наукових праць Інституту психології імені Г.С.Костюка НАПН України. Том 11. Психологія особистості. Психологічна допомога особистості. Вип 12. Київ, Фенікс, 2015. С.352- 361.*
27. Архипова Є.О., Дмитренко Н.О. Ефективна комунікація між органами державної влади та громадськістю як умова розвитку демократичного суспільства. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. №1. С. 92-96.
28. Лінчевська М. Ю., Зубчик О. А. Імідж службовця органу місцевого самоврядування як об'єкт наукового дослідження. *Журнал « Наукові інновації та передові технології»* № 5(19) 2023 (Серія «Управління та адміністрування», Серія «Право», Серія «Економіка», Серія «Психологія», Серія «Педагогіка»).
29. Білоус В.М., Щербіна О.С. Імідж державного службовця як підґрунтя формування іміджу державного органу влади. *Прикладні аспекти сучасних міждисциплінарних досліджень: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції* (18 лист. 2022, м. Вінниця). Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2022. 359 с. С. 12-14.
30. Шальман Т.М. Іміджологічні інструменти формування позитивного іміджу влади у системі зв'язків з громадськістю.

https://www.researchgate.net/publication/352996912_Imidzologicni_instrumenti_formuvanna_pozitivnogo_imidzu_vladi_u_sistemi_zv%27azkiv_z_gromadskistu.

31. Шеломенцев В. М. Етикет і сучасна культура спілкування. Ред. В. К.Федорченко. Київ: Лібра, 2003. 416 с.

32. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка публік рилейшнз. Київ, 2005.

33. Палеха Ю. І. Іміджологія: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ : Видво Європейського ун-ту, 2005. 324 с.

34. Бугрим В. В. Іміджологія. Іміджмейкінг: навчальний посібник. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2014. 250 с.

35. Пахнін М. Правові форми взаємодії між органами публічного управління та засобами масової комунікації .Підприємництво, господарство і право.. № 6. . 2019. . С. 178 – 180.

36. Федорів Т. Сутність та інструменти репутаційного менеджменту у сфері державного управління. Державне управління та місцеве самоврядування. 2013. Вип. 1. С. 88–94. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/dums_2013_1_13.

37. Дерев'янюк О.Г. Механізми впливу репутаційного менеджменту на бізнес-результати. Стратегія економічного розвитку України. 2018. № 42. С. 5–18.

38. Левчук М.Г. Взаємодія органів місцевого самоврядування та громадських об'єднань в умовах децентралізації державно-управлінських послуг URL:http://academy.gov.ua/ej/ej7/doc_pdf/levchuk.pdf.

39. Гачкевич, А., Яворська, М. Ідентичний підхід до національного брендингу, Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії, 2020. випуск 2 (8), С. 57–72.

40. Гаврилюк С. І. Імідж органів державної влади: концептуальні підходи до розуміння. «Інноваційний розвиток науки нового тисячоліття» (м. Хмельницький, 22-23 грудня 2017 р.). Херсон : Видавничий дім "Гельветика", 2017.

41. Кириченко Г.В. Інформаційно-комунікаційні механізми як інновації в системі формування позитивного іміджу органів державної влади. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Державне управління. Том 30 (69) № 6 2019.

42. Солових Є. М. Складові іміджу органу місцевого самоврядування: загальна характеристика. Сучасне суспільство 2. 1.2015. С. 160–169.

43. Публічне управління та адміністрування в умовах інформаційного суспільства: вітчизняний і зарубіжний досвід : монографія. за заг. ред. С. Чернова, В. Воронкової, В. Банаха, О. Сосніна, П. Жукаускаса, Й. Ввайнхардт, Р. Андрюкайтене. . Запоріжжя : ЗДІА, 2016. – 516 с.

44. Сердюк О. І., Клименко А. В. Напрями та завдання формування позитивного іміджу органу місцевого самоврядування. <http://surl.li/msdyh>.

45. Архипова Є.О., Дмитренко Н.О. Ефективна комунікація між органами державної влади та громадськістю як умова розвитку демократичного суспільства. Інвестиції: практика та досвід. 2016. С. 92-96.

46. Зазуляк Т. І. Роль іміджевої політики в процесі формування позитивного іміджу органів публічної влади. URL: <http://surl.li/gufvf>.