

УДК 351.316.77:35.08

DOI <https://doi.org/10.32782/TNU-2663-6468/2026.3/16>**Притула А. С.**<https://orcid.org/0009-0006-8435-4608>

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

Самойленко Л. Я.<https://orcid.org/0000-0002-0335-3077>

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ІМІДЖЕВА КОМУНІКАЦІЯ В СИСТЕМІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

У статті досліджено теоретичні засади та практичні аспекти іміджевої комунікації в системі публічного управління як фундаментального механізму формування довіри між державними інституціями та суспільством. Обґрунтовано, що ефективна іміджева комунікація є не лише інструментом інформування, а й стратегічним ресурсом публічного управління, який безпосередньо впливає на легітимність державної влади та рівень громадянської участі.

Простежено еволюцію комунікаційних інструментів у взаємодії державних органів із громадянами в умовах цифровізації суспільства та поступового переходу до електронного урядування. Виявлено, що трансформація комунікаційного середовища кардинально змінила очікування громадськості щодо оперативності, доступності та прозорості інформації від органів влади.

Акцентовано увагу на ролі сучасних цифрових платформ і соціальних мереж як ключових каналів публічної комунікації, що забезпечують не лише односпрямоване інформування населення, а й якісний двосторонній зворотний зв'язок. Обґрунтовано, що дотримання стандартів публічних комунікацій, зокрема принципів доступності, зрозумілості та своєчасності, суттєво підвищує ефективність взаємодії держави і суспільства.

Визначено вплив політики відкритості та прозорості на формування стійкого позитивного іміджу державних установ у довгостроковій перспективі. Розглянуто взаємозв'язок між рівнем інформаційної відкритості органів влади та ступенем суспільної довіри до їхніх рішень.

На основі системного аналізу актуальних комунікаційних викликів – інформаційного перевантаження, поширення дезінформації, нерівномірного доступу до цифрових технологій – запропоновано перспективні напрями вдосконалення інформаційної взаємодії органів публічного управління з громадянським суспільством. Реалізація запропонованих заходів сприятиме зменшенню репутаційних ризиків для державних інституцій, підвищенню рівня легітимності владних рішень та зміцненню демократичних засад публічного управління.

Ключові слова: іміджева комунікація, публічне управління, публічна служба, державні інституції, комунікаційна політика, електронне урядування, цифрові комунікації, взаємодія з громадськістю.

Постановка проблеми. В умовах повномасштабної війни та безпрецедентних викликів, що постали перед Українською державою, ефективність функціонування системи публічного управління визначається не лише здатністю органів влади оперативно реагувати на кризові ситуації, але й рівнем суспільної підтримки їхніх дій. Сьогодні комунікативна складова діяльності територіальних органів влади трансформувалася з допоміжної функції інформування у стратегічний

інструмент забезпечення національної стійкості. Позитивний імідж органу місцевого самоврядування чи державної адміністрації, що базується на реальній інституційній спроможності та прозорості, стає фундаментом суспільної довіри. Втрата цієї довіри в умовах воєнного стану загрожує дестабілізацією суспільно-політичної ситуації в регіонах. Відтак, наукове осмислення механізмів побудови конструктивного діалогу між владою та громадою, формування позитивного іміджу

публічних інституцій засобами стратегічних комунікацій набуває виняткової актуальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить, що іміджева комунікація в системі публічного управління зумовлена сучасними трансформаціями інформаційного суспільства, підвищенням ролі цифрових комунікацій та зростанням вимог громадян до відкритості та підзвітності державних інституцій. Умови глобальної інформаційної конкуренції та швидкого поширення інформації через медіапростір значно впливають на формування суспільної думки щодо діяльності органів влади. Водночас поширення недостовірної інформації, інформаційні маніпуляції та кризові соціально-політичні процеси підсилюють значення професійних комунікаційних стратегій у державному управлінні.

Огляд наукової літератури свідчить, що іміджева комунікація в системі публічного управління розглядається як важливий інструмент формування довіри громадян до державних інституцій та підвищення ефективності управління. С. І. Богуславська та В. А. Стронець наголошують на значенні антикризових комунікацій та прозорості діяльності влади в умовах воєнного стану [2].

Б. Карпінський, О. Карпінська та І. Адамська досліджують іміджеву модель публічної організації як складову корпоративної культури та професійної ідентичності службовців [3]. Нормативну основу становлять Закон України «Про державну службу», Закон України «Про службу в органах місцевого самоврядування» та Постанова КМУ №106 від 06.02.2019 р., що визначають вимоги до професійної підготовки кадрів публічного сектору.

Водночас О. Кладова, О. Черевко та Н. Зачосова розглядають іміджеву політику через розвиток HR-менеджменту та кадрового потенціалу [4]. Н. М. Ковальська та С. В. Копилова підкреслюють важливість формування іміджевих компетентностей у процесі професійної підготовки публічних службовців [5]. У працях інших авторів аналізуються механізми комунікації з громадськістю як інструмент підвищення довіри до влади. Загалом наукові джерела підтверджують значущість іміджевої комунікації як складової сучасного публічного управління.

Постановка завдання. Метою дослідження є теоретичне обґрунтування ролі іміджевої комунікації в системі публічного управління, визначення її інструментів та механізмів впливу на формування довіри громадян, а також розробка напрямів підвищення ефективності комунікаційної політики органів влади в умовах цифрової трансформації.

Виклад основного матеріалу. Іміджева комунікація у системі публічного управління є складним багаторівневим явищем, що набуває особливого значення в умовах цифровізації та суспільних трансформацій. Під іміджевою комунікацією у системі публічного управління доцільно розуміти цілеспрямований, системно організований процес формування та трансляції публічного образу органів влади через інформаційні, цифрові та соціально-комунікаційні інструменти, спрямований на забезпечення довіри, легітимності та ефективної взаємодії з громадськістю. Таке розуміння дозволяє розглядати комунікацію не лише як інструмент інформування, але як стратегічний елемент управлінського процесу, що безпосередньо впливає на рівень суспільної довіри та ефективність реалізації державної політики.

Основною метою іміджевої комунікації є формування позитивного сприйняття діяльності державних органів влади через відкритий інформаційний діалог із громадськістю. Це передбачає не лише інформування населення, але й пояснення прийнятих управлінських рішень, врахування суспільних настроїв та формування конструктивної взаємодії між владою і громадянами. У сучасному публічному управлінні комунікації перестають бути допоміжним інструментом і перетворюються на стратегічний елемент управлінського процесу [2].

Значну роль у формуванні іміджу влади відіграють сучасні інформаційні технології та цифрові канали комунікації. Використання електронних сервісів, соціальних мереж та онлайн-платформ дозволяє забезпечити оперативне інформування населення та створює можливості для двостороннього діалогу, що безпосередньо сприяє покращенню інституційного іміджу [12]. При цьому ефективна комунікація повинна бути зрозумілою для широкої аудиторії, без надмірного використання складної термінології, що може викликати недовіру або непорозуміння.

Статистичні дослідження демонструють значні відмінності у рівнях довіри до державних інституцій. Наприклад, рівень довіри до Президента України у травні 2022 року становив близько 90%, тоді як у травні 2024 року він знизився до 59%, а рівень недовіри зріс до 36%. Водночас показники довіри до інших органів влади залишаються значно нижчими: довіра до уряду становила приблизно 26%, до парламенту – близько 15%, а до судової системи – близько 12%. Такі дані свідчать про системну кризу довіри до окремих державних інституцій [11, с. 1196–1212].

Міжнародний досвід доводить, що рівень суспільної довіри до місцевого самоврядування традиційно вищий за центральні органи завдяки прямій взаємодії та наочності результатів роботи. Фундаментом такої довіри є перехід від одностороннього інформування до партнерської моделі управління через сучасні інструменти партисипації: електронні петиції, громадські консультації та відкриті онлайн-обговорення.

Стійкість іміджу органу влади критично залежить від його готовності до антикризового реагування. Ефективна кризова комунікація базується на принципах оперативності, прозорості та відповідальності. Вона вимагає швидкої консолідації об'єктивної інформації, визначення уповноважених спікерів та забезпечення безперервного зворотного зв'язку з медіа і громадськістю.

Отже, іміджева комунікація виступає стратегічним інструментом забезпечення соціальної стабільності та дієвості публічного управління. Її подальша еволюція нерозривно пов'язана з поглибленням цифровізації, модернізацією комунікаційних стратегій та підвищенням професійних компетенцій фахівців державного сектору.

У контексті іміджевої комунікації держави формування позитивного сприйняття органів влади значною мірою залежить від здатності демонструвати соціальну відповідальність, відкритість та орієнтацію на потреби громадян. У цьому контексті підтримка соціального підприємництва стає частиною комунікаційної політики держави, оскільки дозволяє транслювати суспільству інформацію про результативність державного управління через конкретні соціальні проєкти [1, с. 76–85].

Соціальне підприємництво як інструмент іміджевої комунікації поєднує економічну діяльність із соціальною місією, що робить його ефективним засобом демонстрації результативності державної політики. Прибуток соціальних підприємств зазвичай спрямовується на вирішення суспільно значущих проблем, що позитивно впливає на рівень задоволеності громадян якістю життя. У цьому контексті іміджева комунікація полягає не лише в інформуванні населення про діяльність влади, але й у поясненні соціальної значущості прийнятих управлінських рішень [9, с. 83–86].

Стратегічним напрямом іміджевої політики є розбудова партнерських комунікацій, у тому числі через підтримку соціального підприємництва як інструменту публічної комунікації, у трикутнику «влада – бізнес – громадянське суспільство». Дієвим інструментом такої взаємодії виступає підтримка соціального підприємництва.

Спільна реалізація соціальних проєктів та популяризація відповідального бізнесу транслюють образ відкритого управління і суттєво підвищують рівень суспільної довіри до державних інституцій.

Роль комунікації критично зростає в умовах кризових ситуацій, які об'єктивно провокують зниження довіри до владних структур. Основними вимогами до антикризового управління стають оперативне інформування максимально зрозумілою мовою та демонстрація конкретних кроків для вирішення проблем. Ключовим ресурсом тут виступають цифрові платформи та соціальні мережі, що забезпечують миттєве поширення офіційних даних і безперервний зворотний зв'язок із населенням.

У підсумку, іміджева комунікація є фундаментом ефективної взаємодії держави та суспільства в епоху інформаційних трансформацій та зростання вимог громадян до підзвітності влади. Позитивний імідж органів публічного управління формується виключно завдяки прозорій інформаційній політиці, здатності миттєво реагувати на суспільні виклики та підтримці відкритого діалогу з громадськістю.

Водночас реалізація комунікаційних стратегій стикається з низкою інституційних, соціальних та організаційних бар'єрів, які впливають на ефективність державного управління та рівень довіри громадян. Саме тому аналіз основних викликів і перешкод у сфері іміджевої комунікації є важливим для розуміння напрямів удосконалення системи публічного управління.

Нижче в табл. 1 подані виклики іміджевої комунікації в системі публічного управління [10, с. 87–91].

Окремим напрямом є розвиток комунікаційної культури населення. Високий рівень правової та інформаційної грамотності громадян сприяє ефективному використанню механізмів електронної демократії, громадських консультацій та інших інструментів участі у прийнятті управлінських рішень. Інформаційно-освітні кампанії дозволяють підвищувати рівень залученості суспільства та формувати партнерську модель взаємодії між владою і громадянами.

Розвиток сучасної системи публічного управління значною мірою залежить від ефективності управління людськими ресурсами, оскільки персонал виступає одним із головних стратегічних активів організації та важливим фактором її конкурентоспроможності. У контексті публічного управління розвиток кадрового потенціалу набуває особливого значення, оскільки якість роботи

Таблиця 1

Виклики іміджевої комунікації в системі публічного управління

Рівень	Виклик / бар'єр	Перефразований зміст у контексті іміджевої комунікації
Національний	Недостатня інституційна спроможність	Обмежені фінансові та кадрові ресурси комунікаційних і антикорупційних структур знижують швидкість поширення офіційної інформації та ускладнюють формування позитивного іміджу державних інституцій
Національний	Політичний вплив	Політизація управлінських та комунікаційних процесів зменшує довіру громадян до офіційних повідомлень і послаблює об'єктивність державної інформаційної політики
Національний	Недосконале законодавство та непрозорість управління	Часті зміни нормативної бази та складність адміністративних процедур створюють інформаційну невизначеність для громадян і погіршують сприйняття державної влади
Національний	Низький рівень суспільної довіри	Скептичне ставлення громадян до державних інституцій зменшує ефективність комунікаційних кампаній та ускладнює діалог між владою і суспільством
Регіональний	Вплив місцевих еліт	Домінування локальних політико-економічних груп може блокувати відкриті комунікаційні політики та формувати закритий інформаційний простір
Регіональний	Низький рівень правової та комунікаційної культури	Недостатня обізнаність населення щодо механізмів взаємодії з владою знижує ефективність зворотного зв'язку
Регіональний	Обмежені ресурси	Недостатнє фінансування комунікаційних програм органів місцевого самоврядування обмежує можливості інформаційної роботи з громадськістю

державних та муніципальних інституцій безпосередньо впливає на рівень довіри громадян і формування позитивного іміджу влади. Людиноцентричний підхід до управління персоналом передбачає не лише професійний розвиток працівників, але й створення умов для ефективної комунікації всередині організації та між державними інституціями і суспільством.

У сучасних умовах іміджева комунікація публічного управління тісно пов'язана з розвитком HR-менеджменту, який орієнтується на стратегічне поєднання потреб організації та індивідуального розвитку працівників. У державному секторі це проявляється у формуванні кадрової політики, що узгоджується із загальною стратегією розвитку інституції та спрямована на підвищення якості публічних послуг. Особливого значення набуває індивідуалізація роботи з персоналом, оскільки ефективна комунікація, мотивація та професійний розвиток працівників сприяють формуванню позитивного іміджу органів влади як сучасних та соціально відповідальних організацій [4, с. 125–130].

Важливим елементом іміджевої комунікації є довгострокові інвестиції в людський капітал. Сучасний підхід до управління персоналом орієнтований не на економію ресурсів, а на безперервний професійний розвиток і створення належних умов праці. Це формує культуру взаємної відпо-

відальності та позитивно впливає на репутацію державних інституцій у суспільстві.

Внутрішня комунікація та система HR-контролінгу виступають ключовими драйверами організаційного розвитку. Вони забезпечують ефективний обмін інформацією, системний моніторинг кадрових процесів та об'єктивне оцінювання людських ресурсів, що дозволяє оптимізувати управлінські рішення та підвищувати конкурентоспроможність органу влади.

В умовах воєнного стану та економічної трансформації критичного значення набуває стратегічне планування. Державні органи потребують максимально гнучкої кадрової та комунікаційної політики, здатної оперативно реагувати на зміни зовнішнього середовища, забезпечувати ефективну комунікацію та підтримувати стабільність функціонування органів публічної влади.

Таким чином, іміджева комунікація в системі публічного управління є складним багаторівневим процесом, що поєднує інформаційні, організаційні та соціально-психологічні інструменти впливу на суспільне сприйняття діяльності державних інституцій. В умовах трансформації системи державного управління іміджева комунікація виступає не лише засобом інформаційного позиціонування органів влади, але й механізмом забезпечення довіри громадян, підвищення ефективності управлінських рішень та формування сучасної культури публічної служби.

Основними складовими іміджевої комунікації в публічному управлінні є [3, с. 77–87]:

1. Інформаційно-комунікаційна складова.

Вона передбачає забезпечення відкритого та своєчасного інформування громадськості про діяльність органів влади. Використання цифрових платформ, електронного урядування та соціальних мереж дозволяє підвищити прозорість управлінських процесів, скоротити дистанцію між державою та громадянами та сформувати образ відкритої й сучасної державної інституції.

2. Ціннісно-культурна складова.

Цей компонент пов'язаний із формуванням професійної етики державних службовців, дотриманням принципів доброчесності, законності та соціальної відповідальності. Розвиток організаційної культури сприяє формуванню позитивного внутрішнього іміджу публічної служби та підвищує рівень мотивації працівників державного сектору.

3. Соціально-психологічна складова.

Вона відображає процес формування довіри громадян до державних інституцій через ефективну комунікацію, емпатійний стиль взаємодії та орієнтацію на потреби суспільства. Важливу роль відіграє здатність державних службовців оперативно реагувати на суспільні запити та враховувати громадську думку при прийнятті управлінських рішень.

4. Нормативно-правова складова.

Регулювання етичної поведінки службовців, впровадження стандартів професійної діяльності та законодавче закріплення принципів публічної служби забезпечують стабільність іміджевої політики. Після 2020 року в Україні посилилися вимоги до професійної етики, прозорості діяльності та відповідальності державних службовців, що сприяє підвищенню авторитету державних інституцій.

5. Стратегічно-управлінська складова.

Передбачає інтеграцію іміджевої політики у загальну стратегію розвитку публічного управління. Це включає розвиток цифрових сервісів, сервісної моделі надання адміністративних послуг та впровадження сучасних управлінських технологій, що відповідають європейським стандартам державного адміністрування.

Система підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації публічних службовців в Україні регламентується низкою нормативно-правових актів, зокрема Постановою Кабінету Міністрів України № 106 від 06.02.2019 р., якою затверджено Положення про систему професійного навчання державних службовців та посадових осіб

місцевого самоврядування [6]. Ця система спрямована на забезпечення органів публічної влади кваліфікованими кадрами відповідно до вимог законів України «Про державну службу» [7] та «Про службу в органах місцевого самоврядування» [8]. Основною метою навчання є формування професійних, управлінських та соціально відповідальних фахівців, здатних ефективно виконувати службові обов'язки, застосовувати інноваційні підходи та проявляти креативність у прийнятті управлінських рішень.

У структурі компетентностей публічного службовця важливе місце займає іміджева складова, оскільки ефективність діяльності управління безпосередньо пов'язана з рівнем довіри громадян та якістю надання публічних послуг. Підготовка таких фахівців здійснюється через систему вищої освіти, післядипломної освіти, професійної перепідготовки та підвищення кваліфікації. Провідну роль у методичному забезпеченні цієї діяльності відіграє Національна академія державного управління при Президентові України, яка розробляє навчально-методичні матеріали та координує підготовку викладачів у сфері публічного управління [5, с. 118–123].

Система професійної підготовки публічних службовців охоплює всі рівні вищої освіти, регулярне підвищення кваліфікації та стажування. Дієвим сучасним інструментом розвитку управлінських компетентностей є коучинг, який через партнерську взаємодію формує навички командної роботи, тайм-менеджменту та запобігає професійному вигоранню. Окрім фахових знань, ключову роль відіграє розвиток стратегічного мислення, інноваційності та суворе дотримання етичних норм.

Невід'ємною складовою управлінської культури є формування позитивного іміджу службовця та органу влади загалом. Він базується на ефективній візуальній та вербальній самопрезентації, а також активній взаємодії з медіа. Головними PR-інструментами у цій сфері виступають офіційні вебресурси, якісний моніторинг суспільної думки, проведення публічних заходів та безпосередня комунікація з громадянами.

Підсумовуючи, варто зазначити, що дієвість механізмів публічного управління та рівень суспільної довіри до владних інституцій формуються завдяки синергії високого рівня професіоналізму державних службовців, неухильного дотримання етичних стандартів, прозорості управлінських рішень та впровадження інноваційних цифрових комунікацій.

Висновки. Іміджева комунікація в системі публічного управління трансформувалася з елемента зовнішнього позиціонування у стратегічний інструмент формування довіри суспільства до влади. В умовах цифровізації та переходу до сервісної моделі держави вона відіграє ключову роль у сприйнятті державних службовців як відповідальних, фахових і клієнтоорієнтованих спеціалістів.

Фундаментом позитивного іміджу є нерозривний зв'язок комунікації з професійною компетентністю та етикою. Цей образ формується завдяки безперервній освіті, суворому дотриманню етич-

них стандартів та ефективній медіакомунікації, яка гарантує прозорість і відкритість управлінських рішень для населення.

Стратегічна перспектива розвитку цього напрямку полягає у поглибленні цифровізації, інноваційному управлінні людським капіталом та розвитку партнерських відносин із громадськістю. Комплексна реалізація цих завдань сприятиме зміцненню демократичних засад, підвищенню загального авторитету інститутів державної влади та забезпеченню сталого розвитку системи публічного управління.

Список літератури:

1. Богуславська С. І. Використання інструментів державно-приватного партнерства для повоєнного відновлення економіки України. *Бізнес Інформ*, 2023. № 10. С. 76–85. DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.200.16-21> URL: <http://jnas.nbuv.gov.ua/article/UJRN-0001458680>
2. Богуславська С. І., Стронець В. А. Антикризисна стратегія держави для запобігання та протидії корупції в сфері публічного управління в умовах воєнного стану. *Державне управління: удосконалення та розвиток*, 2024. Том 6. URL: https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=ru&user=Zgt_d6YAAAAJ&citation_for_view=Zgt_d6YAAAAJ:ye4kPcJQO24C
3. Карпінський Б., Карпінська О., Адамська І. Іміджева модель публічної організації як елемент механізму формування корпоративної культури службовця органу місцевого самоврядування. *Collection of Scientific Papers «SCIENTIA»*, 2025. С. 77–87. URL: <https://previous.scientia.report/index.php/archive/article/view/3391>
4. Кладова О., Черевко О., Зачосова Н. HR-менеджмент як інструмент оновлення кадрової політики суб'єкта господарювання. *Молодий вчений*, 2023. № 4 (16). С. 125–130. URL: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/5824/5695>
5. Ковальська Н. М., Копилова С. В. Іміджева складова навчальної підготовки публічних службовців. *Педагогічний альманах*, 2024. Випуск 56. С. 118–123. URL: https://library.dmed.org.ua/uploads/files/2024-12/1735560940_13-19-pb.pdf#page=118
6. Постанова Кабінету Міністрів України №106 від 06.02.2019 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/106-2019-%D0%BF#Text> (дата звернення 10.03.2026)
7. Про державну службу: Закон України від 2015. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/889-19> (дата звернення: 10.03.2026)
8. Про службу в органах місцевого самоврядування: Закон України від 2001. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2493-14> (дата звернення: 10.03.2026)
9. Самойленко Л., Кравченко О., Кулибаба З. Місцеве самоврядування як каталізатор розвитку соціального підприємництва. *Економічний простір*, 2024. № 194. С. 83–86. URL: <https://economicspace.pgasa.dp.ua/article/view/314559>
10. Самойленко Л., Назаренко С., Перун Н. Виклики та бар'єри в реалізації антикорупційної політики на національному та регіональному рівнях. *Економічний простір*, 2024. № 194. С. 87–91. URL: <https://economicspace.pgasa.dp.ua/article/view/314560>
11. Самойленко Л., Шарий В., Загребельна А. Криза довіри до влади: роль зв'язків з громадськістю у її відновленні. *Публічне управління та регіональний розвиток*, 2024. № 26. С. 1196–1214. URL: <https://dspace.chmnu.edu.ua/jspui/handle/123456789/2654>
12. Mabillard V., Pasquier M. Social media communication and management in the public sector: Enhancing institutional image. *Public Management Review*. 2024. Vol. 26, Iss. 2. P. 312–335. DOI: <https://doi.org/10.1080/14719037.2023.2183412>

Prytula A. S., Samoilenko L. Ya. IMAGE COMMUNICATION IN THE PUBLIC ADMINISTRATION SYSTEM

The article examines the role and significance of image communication in the system of public administration as an important component of effective interaction between public authorities and society. In modern conditions of social transformation, digitalization, and increasing public demand for transparency and accountability of government institutions, communication becomes a key factor in shaping the reputation and public perception of public authorities. The study analyzes theoretical approaches to understanding image communication and its place in the system of public governance. Particular attention is paid to the mechanisms and instruments that contribute to the formation of a positive image of public institutions through strategic communication, media relations, public engagement, and the use of modern digital platforms. The paper highlights the importance of openness, transparency, and consistency in communication activities of public authorities in order to strengthen citizens' trust and promote effective dialogue with the public. The role of electronic governance, social networks, and information and communication technologies in improving communication processes and ensuring accessibility of information is also considered. In addition, the study identifies key challenges and barriers that hinder the effective development of image communication in public administration, including insufficient communication strategies, limited professional competencies of public officials in the field of public communication, and the influence of information risks in the digital environment. Based on the analysis, the article outlines the prospects for improving image communication in the public sector through the development of integrated communication policies, the strengthening of institutional capacity, and the implementation of modern communication tools aimed at enhancing transparency, accountability, and public participation in decision-making processes.

Keywords: *image communication, public administration, public service, state institutions, communication policy, e-government, digital communications, public engagement.*

Дата першого надходження статті до видання: 24.06.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 10.07.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 12.08.2026