

УДК 374

## ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЙ ИМИДЖ МУНИЦИПАЛЬНОГО СЛУЖАЩЕГО КАК ВАЖНЫЙ АСПЕКТ ВОСПРИЯТИЯ МУНИЦИПАЛЬНОЙ ВЛАСТИ

**Вундер Анастасия Александровна,**

магистрант 2 курса,

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при президенте

Российской Федерации, Россия, г. Москва,

Email: a040986@mail.ru.

### Аннотация

В данной статье был изучен процесс формирования позитивного имиджа муниципального служащего в Российской Федерации как представителя муниципальной службы в целом. Актуальность выбранной темы исследования не вызывает сомнения, поскольку в последнее время органы муниципальной власти часто сталкиваются с проблемой негативного имиджа в глазах населения, и выражается это, в первую очередь, низким уровнем доверия к власти, а также несогласием граждан с проводимой социально-экономической политикой. В рамках статьи были рассмотрены такие понятия, как: муниципальный служащий, имидж муниципального служащего и его основные элементы, к которым относятся: образ руководителя структуры органов власти региона, образ муниципального служащего, социальный имидж органов власти, имидж услуг, предлагаемых органами власти населению, внешняя атрибутика. Кроме этого, в статье был изучен процесс формирования имиджа органов муниципальной власти, для реализации которого необходимо выявить наиболее выигрышные характеристики объекта для их популяризации посредством различных каналов. В настоящее время основными каналами формирования имиджа муниципального служащего являются: официальные сайты органов муниципальной власти, различные социальные сети и средства массовой коммуникации.

**Ключевые слова:** муниципальная власть, муниципальный служащий, имидж органа власти, каналы формирования имиджа, эффективность власти, общественное мнение, глава администрации.

## POSITIVE IMAGE OF A MUNICIPAL EMPLOYEE AS AN IMPORTANT ASPECT OF THE PERCEPTION OF MUNICIPAL POWER

**Anastasia A. Wunder,**

2nd year Master's student,

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia,

Email: a040986@mail.ru.

ABSTRACT

In this article, the process of forming a positive image of a municipal employee in the Russian Federation as a representative of the municipal service as a whole was studied. The relevance of the chosen research topic is beyond doubt, since recently municipal authorities often face the problem of a negative image in the eyes of the population, and this is expressed, first of all, by a low level of trust in the authorities, as well as citizens' disagreement with the ongoing socio-economic policy. The article considered such concepts as: municipal employee, the image of a municipal employee and its main elements, which include: the image of the head of the structure of the regional authorities, the image of a municipal employee, the social image of authorities, the image of services offered by authorities to the population, external attributes. In addition, the article studied the process of forming the image of municipal authorities, for the implementation of which it is necessary to identify the most advantageous characteristics of the object for their popularization through various channels. Currently, the main channels for the formation of the image of a municipal employee are: official websites of municipal authorities, various social networks and mass media.

---

**Keywords:** municipal government, municipal employee, image of the authority, channels of image formation, efficiency of power, public opinion, head of administration.

---

Проблема взаимоотношения органов власти с населением для Российской Федерации остается актуальной на протяжении всего периода существования нашего государства. Это обусловлено, в первую очередь, сложившейся природой государства и его институтов. В настоящее время органы власти часто сталкиваются с проблемой негативного имиджа в глазах населения, и выражается это, в первую очередь, в низком уровне доверия к власти и несогласием с проводимой социально-экономической политикой. Не стоит забывать о том, что в современном мире без доверия населения к власти выстроить процветающую экономику практически невозможно. Именно доверие обеспечивает привлечение инвестиций в регион, формирует экономическую социальную стабильность общества, повышает культуру ведения бизнеса и его социальную ответственность, обеспечивает обратную связь с населением.

Ввиду того, что в настоящее время активно развиваются и внедряются во все сферы жизни информационно-коммуникационные технологии, в последние годы появилась потребность в научно-теоретическом обосновании процессов, которые могут оказывать влияние на формирование положительного образа муниципального служащего и муниципальной власти в целом.

Стоит отметить, что в настоящее время существуют большое количество определений имиджа органов власти, однако в рамках данной статьи под имиджем органа муниципальной власти будет подразумеваться «целенаправленно создаваемый образ, направленный на позитивное восприятие в массовом или индивидуальном сознании совокупность свойств, создаваемых с помощью информационно-коммуникативных средств» [9]. Отличительной особенностью имиджа органа муниципальной власти является двукомпонентность – совокупность имиджа самого органа власти и имиджа муниципального служащего. Как правило, ученые выделяют пять основных составляющих элементов имиджа органа муниципальной власти, а именно: образ руководителя в лице директора или органов власти в регионе, образ отдельного работника (муниципального служащего), социальный имидж, который имеют органы власти конкретного региона, имидж услуг, которые предлагаются населению органами власти, а также различная внешняя атрибутика (визуальный имидж или корпоративный дизайн). Более подробно упомянутые элементы рассмотрены на рисунке 1.

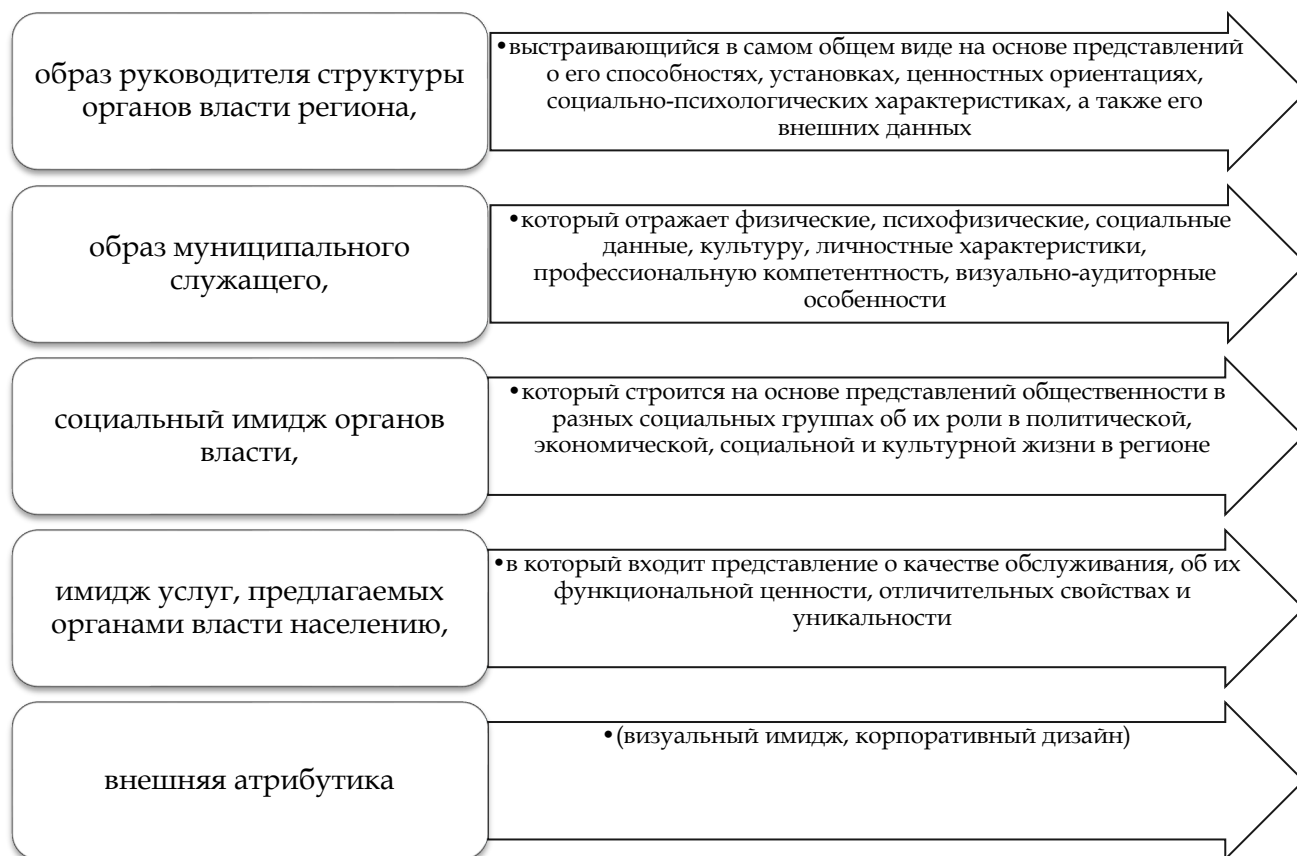


Рисунок 1. Элементы имиджа органа власти  
 Источник: составлен автором на основе [2; 9]

Таким образом, построение имиджа – это длительный и сложный процесс, который включает в себя несколько объемных этапов. Специалисты-имиджмейкеры выделяют шесть последовательных стадий формирования образа объекта. Рассмотрим их более подробно на рисунке 2 [5].

Для того чтобы реализация каждого из упомянутых на рисунке 2 этапов была успешной, должны быть выбраны наиболее эффективные методы, оказывающие влияние на сознание респондентов, составляющих целевую аудиторю.

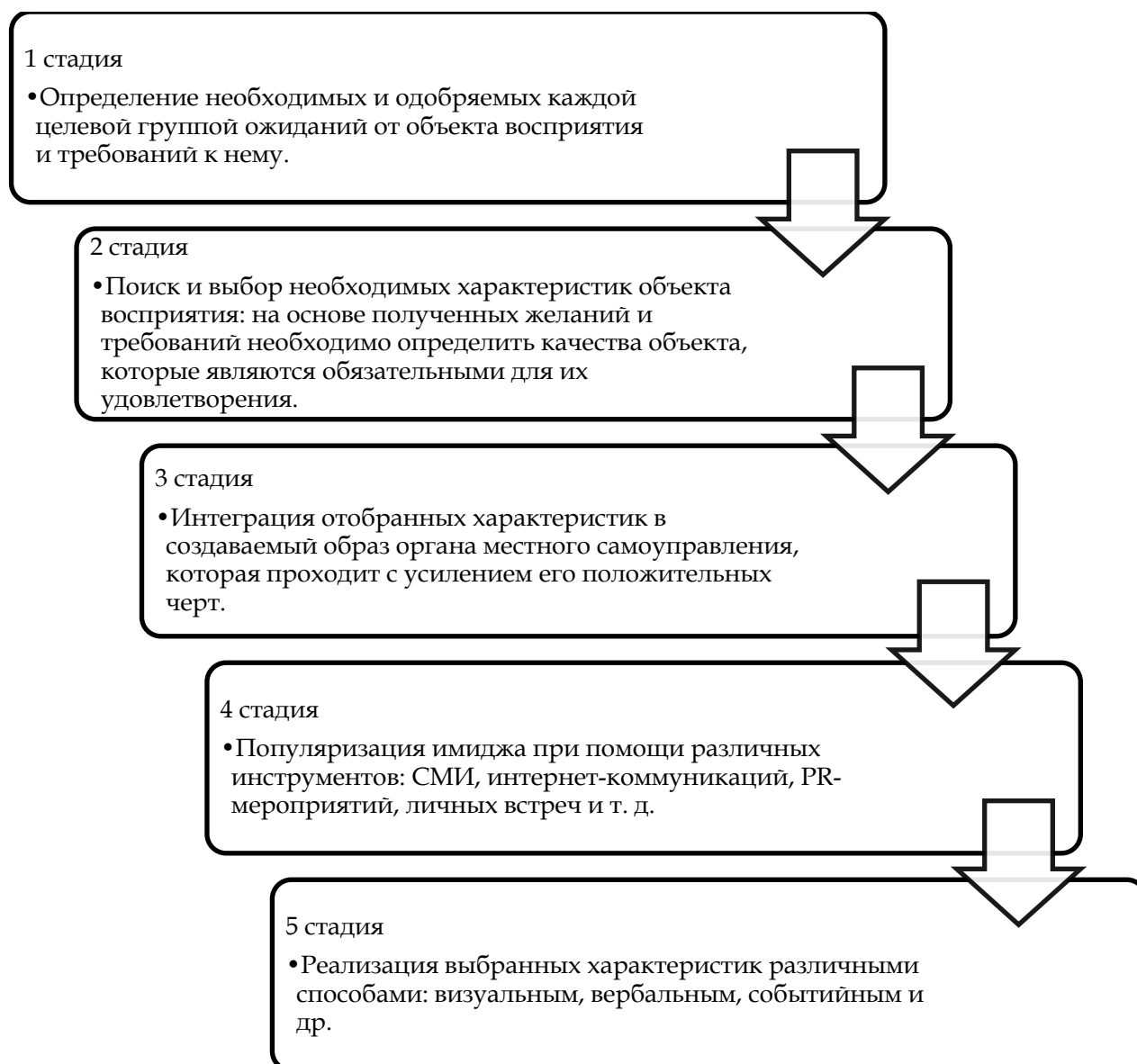


Рисунок 2. Стадии формирования имиджа

Источник: составлен автором на основе [5]

Соответственно, сформированность имиджа органа муниципальной власти проявляется в непосредственном отклике от населения, который заключается в оценке населением деятельности и предоставляемых услуг.

Оценка деятельности органов муниципальной власти и ее эффективности, регламентирована Указом Президента РФ от 28 апреля 2008 г. № 607 «Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов». В содержании Указа отражены критерии для оценки эффективности деятельности органов муниципальной власти. Исходя из перечня критериев, субъектом выступает оценка населения. Однако, в связи с тем, что население не мотивировано и не активно принимает участие во взаимодействии с органами муниципальной власти – оценка является недостаточно точной и субъективной. Поэтому для формирования имиджа органов муниципальной власти, следует учитывать данный фактор и организовывать возможности для получения отклика и оценки эффективности деятельности от населения [1].

Основываясь на практике, недостаточный и низкий уровень оценки населением эффективности деятельности органов муниципальной власти основан на отсутствии

регулярных целенаправленных проработок проблем граждан. Влияющими факторами являются и отсутствие стабильности в сфере экономики в стране. В связи с отсутствием взаимодействия между органами муниципальной власти и граждан, у населения нарастает волна недоверия.

В целях повышения уровня доверия со стороны граждан следует работать по направлению формирования положительного имиджа органов муниципальной власти. Однако, не все органы государственной власти работают в данном направлении [4].

Самым эффективным инструментом при формировании положительного имиджа органов муниципальной власти является взаимодействия со средствами массовой информации (рисунок 3).

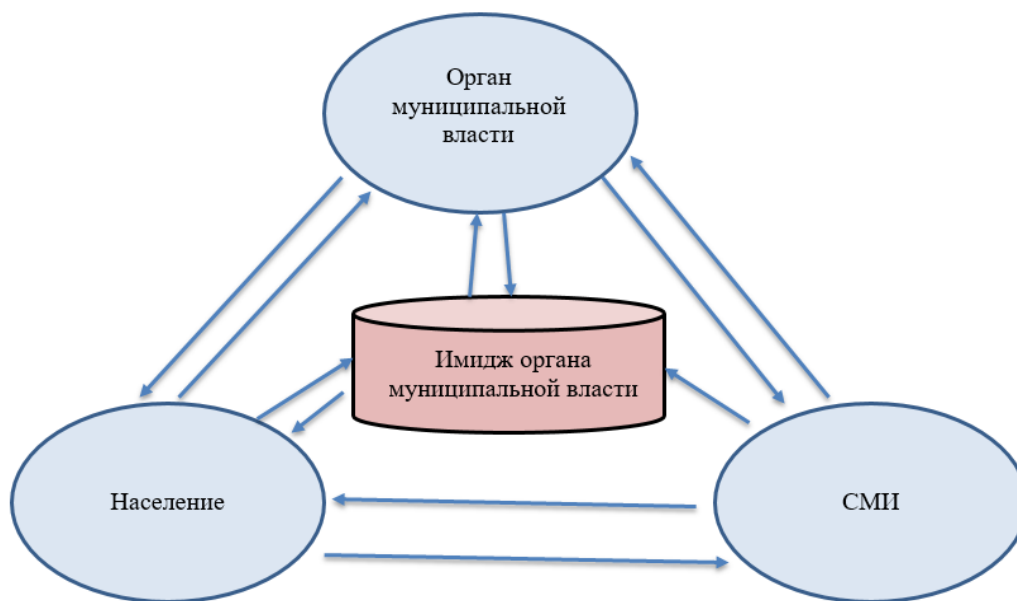


Рисунок 3. Процесс формирования имиджа органов муниципальной власти  
Источник: составлен автором на основе [4; 7]

Механизмы формирования положительного имиджа органов муниципальной власти носят управленческий характер. Поэтому все процессы, включенные в механизмы, должны быть проработаны и спрогнозированы. Основными механизмами при формировании положительного отклика у населения являются планирование и организация мероприятий, направленных на взаимодействие с населением.

Процесс формирования положительного имиджа органов муниципального управления должен быть планомерным, стратегическим и прогнозируемым.

Основанием для выборки стратегии при формировании положительного имиджа органа муниципального управления является [3; 6]:

- оценка имеющихся ресурсов;
- определение места в глобальном мире и в экономических структурах;
- прогнозирование выполнимых целей.

Базисным направлением при формировании положительного имиджа является выборка каналов для повышения имиджа муниципального служащего и органов муниципальной власти, к таковым, на наш взгляд, относятся:

- официальный сайт органа муниципальной власти;
- страницы органа муниципальной власти в социальных сетях;

- личные страницы муниципальных служащих в социальных сетях;
- средств массовой коммуникации.

Особую роль в формировании имиджа муниципального служащего и муниципальной службы в целом играет глава муниципального органа. Так, согласно результатам опроса по оценке эффективности деятельности руководителей органов местного самоуправления городских округов Московской области с применением информационно-телекоммуникационных сетей и информационных технологий в 2021 году уровень удовлетворенности деятельностью главы муниципального образования составил 50% (рис. 4) [8].

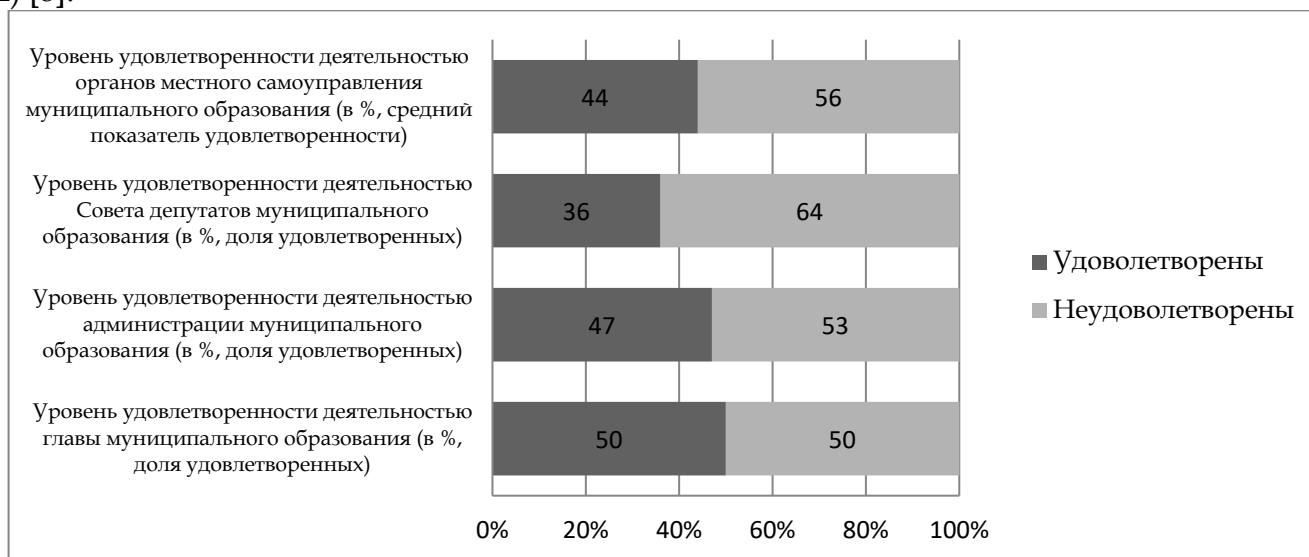


Рисунок 4. Результаты опроса по оценке эффективности деятельности руководителей органов местного самоуправления городских округов Московской области  
Источник: составлен автором

Основываясь на результатах опроса, предоставляется возможность сделать вывод, что основополагающим критерием при оценке эффективности деятельности органов муниципального управления является сочетание формируемого имиджа и реальных действий. При формировании положительного имиджа органом муниципальной власти следует активно взаимодействовать со СМИ путем демонстрирования реальных действий и решенных задач. Выстраивание работы должны учитывать возможность взаимодействия представителей органов муниципального управления с населением.

Подводя итоги работы, следует сделать вывод, что имидж муниципальной власти основывается на имидже государственного служащего и отклика от населения. Имидж представителя органов муниципальной власти складывается из нескольких компонентов. Основными являются: компетентность, профессионализм, единая рабочая форма, опрятный внешний вид, результативность работы, справедливость, развитость вербальной речи, эффективность в решении поставленных задач и другие. При планомерном сочетании всех компонентов – имидж государственного служащего будет положительным.

#### Список литературы:

1. Указ Президента РФ от 28.04.2008 № 607 (ред. от 11.06.2021) «Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления муниципальных,

- городских округов и муниципальных районов» // Собрание законодательства РФ. – 05.05.2008. – № 18. – ст. 2003.
2. Атяшкин И.А. PR как механизм формирования общественного мнения о деятельности органов государственной власти // Электронный научный журнал «Наука. Общество. Государство». – 2017. – Т. 5. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://esj.pnzgu.ru> (дата обращения: 12.05.2022).
  3. Захарова Е.А., Мельникова Р.И. О некоторых подходах к формированию позитивного общественного мнения об органах местного самоуправления // Управление городом: теория и практика. – 2017. – № 4 (27). – С. 40–51.
  4. Зайцева М.В., Кононенко А.И. Формирование позитивного имиджа муниципальных служащих в сознании жителей // Международный журнал прикладных наук и технологий «Integral». – 2018. – №4. – С. 457–461.
  5. Комарова К.В. Характеристика методов построения имиджа органов местного самоуправления // Молодой ученый. – 2022. – № 7 (402). – С. 264–267.
  6. Леонова Е.В. Феномен власти в общественно-политическом дискурсе // Право: современные тенденции: материалы V Междунар. науч. конф. (г. Краснодар, февраль 2018 г.). – Краснодар: Новация, 2018. – С. 4–6.
  7. Милева М.В., Рябова Т.М. Факторы, влияющие на формирование имиджа муниципальных органов власти // Материалы Ивановских чтений. – 2018. – № 3 (21). – С. 53–57.
  8. Результаты опроса по оценке эффективности деятельности руководителей органов местного самоуправления городских округов Московской области с применением информационно-телекоммуникационных сетей и информационных технологий в 2021 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mosreg.ru/download/document/1160101> (дата обращения: 14.05.2022).
  9. Сабына Е.Н., Сабына М.Н. Имидж муниципального служащего в современной России // Алтайский вестник государственной и муниципальной службы. – 2017. – №15. – С. 5–7.

### References:

1. Decree of the President of the Russian Federation of 28.04.2008 No. 607 (ed. of 11.06.2021) "On evaluating the effectiveness of the activities of local self-government bodies of municipal, urban districts and municipal districts" // Collection of Legislation of the Russian Federation. – 05.05.2008. – No. 18. – Article 2003.
2. Atyashkin I.A. PR as a mechanism for forming public opinion about the activities of state authorities // Electronic scientific journal "Science. Society. The state". – 2017. – Vol. 5. [Electronic resource]. Access mode: <http://esj.pnzgu.ru> (accessed: 12.05.2022).
3. Zakharova E.A., Melnikova R.I. On some approaches to the formation of a positive public opinion about local self-government bodies // City management: theory and practice. – 2017. – № 4 (27). – Pp. 40–51.

4. Zaitseva M.V., Kononenko A.I. Formation of a positive image of municipal employees in the minds of residents // International Journal of Applied Sciences and Technologies "Integral". – 2018. – №4. – Pp. 457-461.
5. Komarova K.V. Characteristics of methods for building the image of local self-government bodies // Young scientist. – 2022. – № 7 (402). – Pp. 264-267.
6. Leonova E.V. The phenomenon of power in socio-political discourse // Law: modern trends: materials of the V International Scientific Conference (Krasnodar, February 2018). – Krasnodar: Novation, 2018. – Pp. 4-6.
7. Mileva M.V., Ryabova T.M. Factors influencing formation of the image of municipal authorities // Materials of the Ivanovo readings. – 2018. – № 3 (21). – Pp. 53-57.
8. The results of a survey to assess the effectiveness of the activities of heads of local self-government bodies of urban districts of the Moscow region using information and telecommunication networks and information technologies in 2021 [Electronic resource]. – Access mode: <https://mosreg.ru/download/document/1160101> (date of address: 14.05.2022).
9. Sabyna E.N., Sabyna M.N. The image of a municipal employee in modern Russia // Altai Bulletin of State and Municipal Service. – 2017. – No. 15. – Pp. 5-7.