ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ И МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ

ФОРМИРОВАНИЕ ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА МУНИЦИПАЛЬНЫХ СЛУЖАЩИХ В СОВРЕМЕННОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ

Никитина А. С.

кандидат социологических наук, доцент кафедры управления персоналом Уральского института управления – филиала, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (Россия), 620990, Россия, Екатеринбург, ул. 8 Марта, 66, alena.nikitina@ui.ranepa.ru

Кязимова В. С.

Уральский институт управления – филиал, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (Россия), 620990, Россия, Екатеринбург, ул. 8 Марта, 66, alena.nikitina@ui.ranepa.ru

УДК [316.33:352]:004.738.5
ББК 60.561.322с5

Цель статьи: изучение существующих проблем формирования позитивного имиджа муниципальных служащих в современном информационном интернет-пространстве.

Методы исследования: анализ и обобщение специальной литературы и публикаций, анализ и систематизация информации, размещаемой на веб-сайтах, социологическое исследование методом анкетного опроса.

Результаты и практическая значимость: в результате исследования авторы формулируют проблемы формирования позитивного имиджа муниципальных служащих в современном информационном интернет-пространстве и предлагают пути их решения.

Научная новизна исследования заключается в научно-теоретическом и практическом исследовании феномена виртуального имиджа муниципальных служащих, ранее не изучавшийся в современной научной литературе.

Ключевые слова: Имидж, позитивный имидж, муниципальные служащие, интернет-пространство, управление имиджем.

FORMING A POSITIVE IMAGE OF MUNICIPAL EMPLOYEES IN THE MODERN INFORMATION INTERNET SPACE

Nikitina A. S.

Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor of the Department of Personnel Management of Ural Institute of Management – branch, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (Russia), 620990, Russia, Yekaterinburg, 8 March str., 66, alena.nikitina@ui.ranepa.ru

© Никитина А. С., Кязимова В. С., 2018

Никитина А. С., Кязимова В. С.

Kyazimova V. S.

Ural Institute of Management – branch, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (Russia), 620990, Russia, Yekaterinburg, 8 March str., 66, alena.nikitina@ui.ranepa.ru

The purpose of this article is to study the existing problems of forming a positive image of municipal employees in the modern information Internet space

Research methods: analysis and synthesis of specialized literature and publications, analysis and systematization of information posted on websites, sociological research using a questionnaire

Results and practical significance: as a result of the research, the authors formulate the problems of forming a positive image of municipal employees in the modern information Internet space and suggest ways of their solution.

The scientific novelty of the research lies in the scientific-theoretical and practical study of the phenomenon of the virtual image of municipal employees, previously not studied in the modern scientific literature.

Key words: Image, positive image, municipal employees, Internet space, image management.

Муниципальные служащие в Российской Федерации активно пользуются интернетом. Социальные сети стали для них, как и для других людей, частью повседневной жизни. В социальных сетях можно обнаружить достаточно много информации о служащих, которую они размещают в свободном доступе добровольно. Однако, такая информация сильно варьируется: кто-то размещает большое количество личной информации, кто-то сосредотачивает внимание исключительно на профессиональной деятельности, некоторые страницы вовсе неинформативны. Наличие страницы в социальной сети не является обязательным условием деятельности муниципальных служащих, но отвечает современным тенденциям, повышает уровень открытости муниципального управления и дает муниципальным служащим возможность работать с собственным имиджем [2].

В переводе с английского имидж (image) – это образ, идея, представление. Имидж является сложным и неоднозначным понятием, которое применяется как по отношению к людям, так и к организациям, товарам, событиям. В данной работе нас будет интересовать имидж в отношении человека. В основе понимания имиджа лежит представление о нем как о неком образе, отражении основных характеристик человека [4]. Многие авторы занимаются разработкой проблем имиджа, и их взгляды на данное понятие отличны друг от друга. Единого общепринятого определения на данный момент у имиджа нет. Но можно предположить, что имидж в общем смысле – целенаправленно формируемый образ, призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на кого-либо [3].

Имидж муниципального служащего – это совокупность личностных и деловых качеств, которые позволяют сформировать целостное представление о служащем, основываясь на его внешних характеристиках и результатах его деятельности на должности муниципальной службы. Позитивный имидж формируется с целью вызвать доверие и симпатию у окружающих людей, в случае с муниципальным служащим – жителей того или иного муниципального образования [5].

Для оценки уровня восприятия существующего имиджа муниципальных служащих в сети интернет, а также с целью анализа степени информированности населения о деятельности муниципальных служащих с точки зрения жителей города Екатеринбурга, было проведено социологическое исследование методом анкетного опроса. Количество ответивших на предложенные вопросы анкеты составило 80 человек, 22,5 % которых составили лица мужского пола, 77,5 % – женского (рис. 1). Возрастная структура респондентов представлена на рисунке 2. Большая часть участников опроса – лица в возрасте от 19 до 25 лет. Распределение

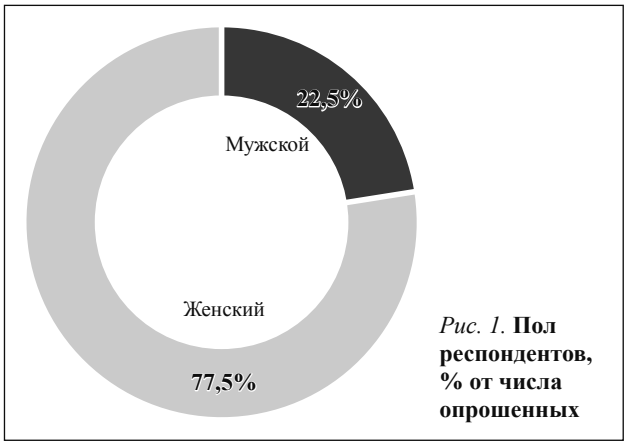


Рис. 1. **Пол респондентов, % от числа опрошенных**

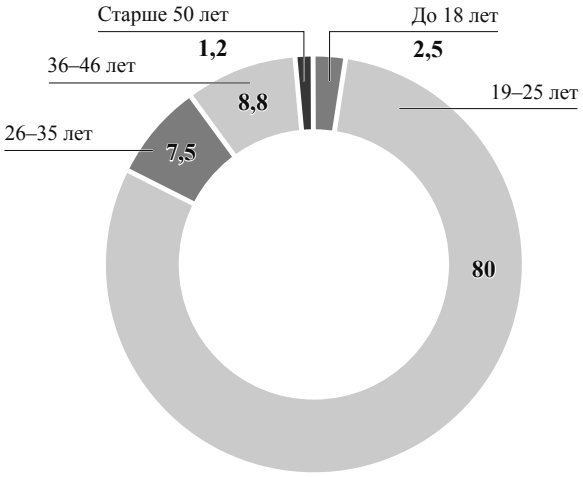


Рис. 2. **Возраст респондентов, % от числа опрошенных**

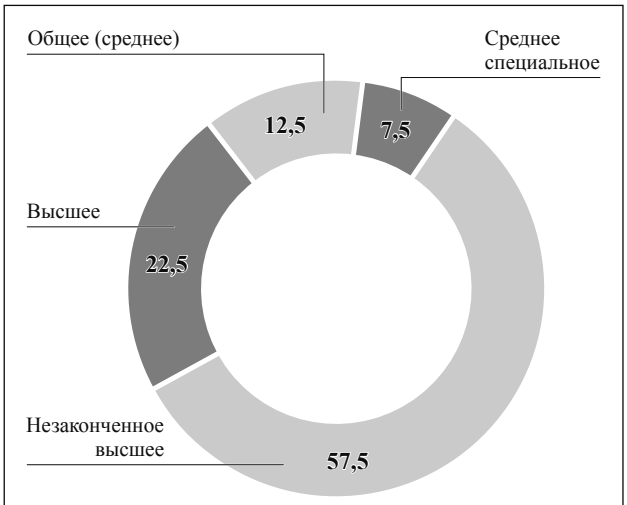


Рис. 3. **Уровень образования респондентов, % от числа опрошенных**

респондентов по уровню образования и роду занятий представлены на рис. 3 и рис. 4.

Необходимость формирования имиджа муниципальных служащих в глобальной сети определяется, прежде всего, возрастающей ролью интернета как источника информации. Среди респондентов 87,5 % отметили, что являются активными пользователями сети «Интернет», оставшиеся 12,5 % ответили, что используют интернет только в качестве информационного ресурса (рис. 5).

Следует отметить, что значимую роль как источника получения информации о деятельности муниципальных служащих играют интернет-СМИ, их отметили 77,5 % опрошенных (рис. 6, стр. 30). Для активных пользователей сети «Интернет» этот источник гораздо более доступен, удобен и значим, чем классические СМИ. Так, совокупная доля классических СМИ по результатам анкетирования оказалась равна 52,6 %, что на 24,9 % меньше интернет-СМИ.

Результаты анкетирования также отражают одну из проблем формирования имиджа муниципальных служащих через интернет-СМИ (рис. 7, стр. 30): наиболее часто встречающимися новостями являются отрицательные (41,3 %), такие как новости о коррупции,



Рис. 4. **Род занятий респондентов, % от числа опрошенных**

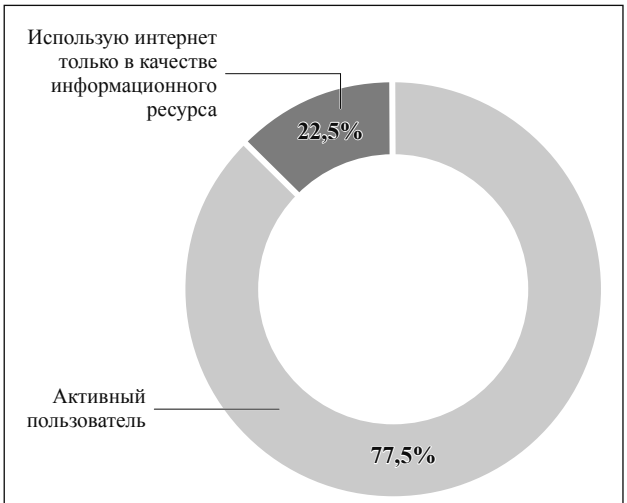


Рис. 5. **Активность в сети «Интернет», % от числа опрошенных**



Рис. 6. **Источники получения информации о деятельности муниципальных служащих, % от числа опрошенных**

нарушениях обязанностей муниципальными служащими, появлении компроматов. Второе место по числу ответивших занимают новости нейтрального характера (22,5 %), такие как новости о принятии различных муниципальных актов, опубликовании отчетов о деятельности. При этом положительные новости (об участии муниципальных служащих в конкурсах, мероприятиях, благотворительных акциях) как наиболее часто встречающиеся отметили только 7,5 % респондентов. В целом, это свидетельствует том, что на данный момент имидж муниципальных служащих в сети «Интернет» является преимущественно отрицательным. Важным результатом анкетирования является тот факт, что больше половины респондентов (63,7 %) считают информирование о деятельности муниципальных служащих недостаточным (рис. 8).

Результаты анкетирования говорят о том, что большинство (66,3 %) респондентов считает необходимым присутствие муниципальных служащих в интернете (рис. 9), что вероятно связано с растущей популярностью данного ресурса информации и становление интернет-ресурсов в некотором роде первоисточником.

В анкете респондентам был задан вопрос о том, как часто они посещают официальный сайт Администрации муниципального образования. Результаты доказывают тот факт, что официальные сайты на данный момент времени не вызывают интереса у населения и не содержат привлекательной информации. Большая часть респондентов (65 %) ответила, что не посещает сайт муниципального органа (рис. 10).

Результаты анкетирования также позволили изучить мнение жителей о внешних проявлениях образа муниципальных служащих в сети «Интернет», которые способствуют созданию позитивного имиджа. Так, образ муниципального служащего в интернете для населения, прежде всего, выражается на качестве взаимодействия служащего с жителями муниципального образования. Такой ответ выбрали 70 % респондентов (рис. 11). Интернет, выступая в качестве средства коммуникации, позволяет быстро и без особых затрат поддерживать обратную связь с кем угодно. Население муниципальных образований ожидает от служащих использования интернета для связи с ними, что в действительности практически не реализуется, а способы связи между



Рис. 7. **Какие новости о деятельности мун. служащих вы чаще всего встречаете в СМИ, % от числа опрошенных**

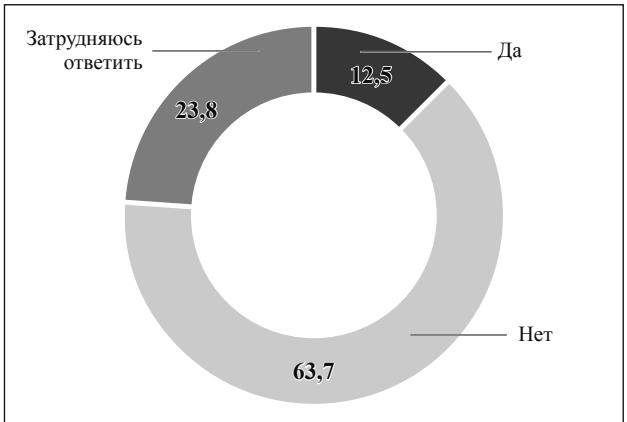


Рис. 8. **Считаете ли вы достаточным информирование о деятельности муниципальных служащих в вашем городе, % от числа опрошенных**

жителями и служащими остаются традиционными и даже устаревшими. Кроме того, респонденты отметили значимость размещаемых служащими в интернете мнений и комментариев по тем или иным значимым событиям (52,5 %). Интернет позволяет транслировать мнение по тому или иному вопросу большой аудитории, чем служащие могут активно пользоваться, но в реальности свобода действий в данном направлении ограничена системой нормативно закрепленных требований, предъявляемых к муниципальным служащим.

Оформление страниц в социальных сетях не было выделено респондентами как одно из наиболее значимых проявлений имиджа муниципальных служащих в интернете. Однако при этом присутствие муниципальных служащих в социальных сетях считают необходимым 81,2 % ответивших. При выборе наиболее важных для присутствия социальных сетей больше всего голосов было отдано за «ВКонтакте», «Твиттер» и «Инстаграм» (рис. 12).

Результаты проведенного анкетирования показывают, что внешние проявления имиджа не сводятся к исключительно правильному оформлению социальных сетей. Более того, только 25 % респондентов выбрали оформление страниц в социальных сетях в качестве значимого элемента отражения имиджа муниципальных служащих в интернете (рис. 11).

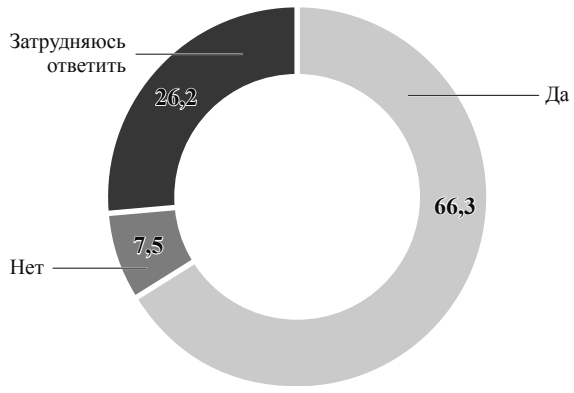


Рис. 9. **Должны ли муниципальные служащие присутствовать в интернете, % от числа опрошенных**

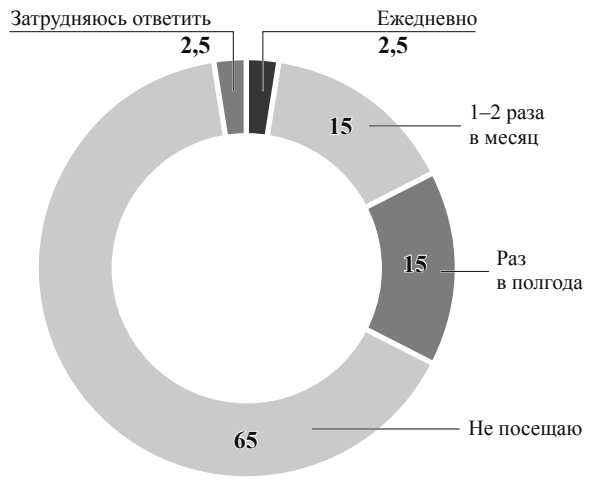


Рис. 10. **Как часто вы посещаете официальный сайт Администрации вашего муниципального образования, % от числа опрошенных**



Рис. 11. **Что, по Вашему мнению, представляет собой имидж муниципального служащего в интернете, % от числа опрошенных**



Рис. 12. **В каких социальных сетях должны присутствовать муниципальные служащие, % от числа опрошенных**



Рис.13. **Какие из персональных внешних характеристик наиболее значимы для имиджа муниципального служащего в интернете, % от числа опрошенных**

Среди персональных внешних характеристик, значимых для имиджа муниципальных служащих в интернете, респонденты отдали больше всего голосов за стиль поведения (72,5 %), солидность и презентабельный вид (41,3 %), улыбку и позитивный настрой (41,3 %). Данные результаты (рис. 13) говорят о том, что образ служащего в сети должен, прежде всего, вызывать доверие, показывать готовность служащего взаимодействовать с населением, а также показывать доброжелательность служащего по отношению к другим людям. При этом, служащий не обязан делать красивые прически, носить стильную одежду или поддерживать себя в хорошей спортивной форме. Данные характеристики могут только усилить хорошее впечатление, но в основу ложится именно такой образ, который определяет служащего как профессионала и авторитетное лицо, которому можно доверять. В дополнение, согласно результатам анкетирования, служащим в сети «Интернет» стоит избегать излишней демонстрации предметов роскоши как показателей своего благосостояния и обнаженного тела, а также не переходить границы разумного во внешнем виде, избегать экстравагантных образов (рис. 14).

Создание имиджа в интернете связано с отражением лучших деловых и профессиональных качеств служащих, среди которых респондентами как наиболее важные выделены: честность и неподкупность (68,8 %), знание закона (58,8 %), высокий интеллект (48,8 %), наличие реальных достижений (46,3 %) и эмоциональная уравновешенность (41,3 %). Данные результаты (рис. 15) позволяют отметить, что для формирования позитивного образа в сети служащим следует обращать внимание аудитории именно на эти качества и выступать героем публикаций СМИ и пользователями сетей, ориентируясь на данные информационные приоритеты.

В завершении анкетирования респондентом были предложены варианты действий по повышению имиджа муниципальных служащих в сети «Интернет» (рис. 16). Интересно отметить, что 31,3 % анкетируемых считает наиболее эффективной мерой привлечение PR-специалистов (людей, которые профессионально на возмездной основе занимаются ведением социальных сетей клиента), что очевидно нереализуемо в отношении муниципальных служащих. 28,7 % респондентов поддержали вариант создания правил поведения служащих в сети «Интернет», еще 26,2 % считают, что включение рассмотрения образа кандидата в интернете в процессе конкурса на муниципальную службу позволит улучшить имидж муниципальных служащих. Введение обязательства ведения страниц в социальных сетях и (или) блогов поддержало только 12,5 % респондентов, а за полный запрет присутствия служащих в социальных сетях, в блогах и на форумах высказался только один человек.

В результате анализа были выделены следующие основные проблемы формирования позитивного имиджа муниципальных служащих в сети «Интернет» и практические рекомендации по их решению.

1. Отсутствие конкретных положений, на которые могли бы ориентироваться служащие, являясь частью интернет-пространства и местного самоуправления. Так, пункт 3 статьи 15.1 Федерального



Рис. 14. **Какие внешние характеристики муниципального служащего недопустимы для публикации в сети интернет, % от числа опрошенных**

закона №25-ФЗ «О муниципальной службе в Российской Федерации» определяет, что «по решению представителя нанимателя уполномоченные им муниципальные служащие осуществляют обработку общедоступной информации, размещенной претендентами на замещение должности муниципальной службы и муниципальными служащими в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»». Однако закон не дает никаких разъяснений по поводу того, что данная обработка включает. Общие рекомендации отражены в Кодексе этики и служебного поведения, но для более эффективной теоретической поддержки формирования имиджа в сети «Интернет» муниципальным служащим необходим документ, подробно регламентирующий поведение в сети.

Предлагаемое решение: разработка Методических рекомендаций по поведению муниципальных служащих в сети «Интернет». По аналогии с кодексом этики, Министерством труда и социальной защиты РФ могут быть разработаны типовые методические рекомендации, на основе которых муниципальными органами муниципальных образований будут формироваться правила для служащих каждого муниципального образования. Так, Администрацией МО «город Екатеринбург» могут быть разработаны Методические рекомендации по поведению муниципальных служащих муниципального образования «город Екатеринбург» в сети «Интернет». Подобная практика уже существует в Российской Федерации. Так, с 2016 года действуют Правила поведения адвокатов в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», принятые Советом Федеральной палаты адвокатов РФ с целью установления единых правил поведения для адвокатов в информационной среде. Подобный документ для муниципальных служащих может содержать такие разделы как:

- рекомендательные положения о поведении муниципальных служащих в сети «Интернет»;
- перечень данных, размещение которых в сети «Интернет» муниципальными служащими недопустимо;
- перечень санкций, которые могут быть применены к служащим за размещение в сети «Интернет» недопустимых сведений.
- разработка Министерством труда и социальной защиты РФ Методических рекомендаций о порядке проведения обработки общедоступной информации, размещенной претендентами на замещение должности муниципальной службы и муниципальными служащими в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

2. Преобладание негативной информации о деятельности служащих в интернет-СМИ. Анализ публикаций в интернет-СМИ показал, что различные



Рис. 15. **Какие деловые и профессиональные качества муниципального чиновника наиболее важны при создании его имиджа в сети, % от числа опрошенных**

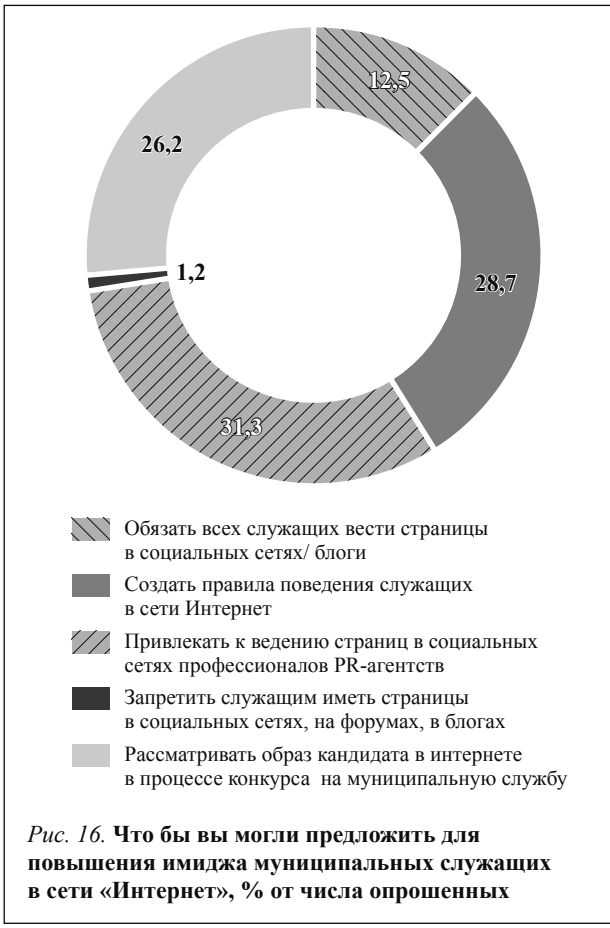


Рис. 16. **Что бы вы могли предложить для повышения имиджа муниципальных служащих в сети «Интернет», % от числа опрошенных**

источники делают упор на отрицательных фактах, периодически упоминают нейтральные новости, такие как принятие актов и опубликование отчетов о деятельности, сведений о доходах. Позитивные новости отодвигаются на задний план и не преподносятся должным образом. Необходимость разрешения данной ситуации уже отмечалась в 2015 году, когда Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации предложило создавать положительный образ муниципального чиновника через региональные СМИ.

Предлагаемое решение:

1) В 2014 году по итогам заседания Совета при Президенте по развитию местного самоуправления Владимир Путин дал поручение Правительству РФ совместно с Общероссийским Конгрессом муниципальных образований и Общероссийской общественной организацией «Всероссийский совет местного самоуправления» подготовить и представить предложения по освещению в средствах массовой информации вопросов развития местного самоуправления. В результате чего по информации Минкомсвязи количество публикации по вопросам развития местного самоуправления значительно возросло. Для поддержания подобного эффекта и его усиления, необходимо издание распоряжения Президента РФ, которое было бы направлено на рост освещения деятельности муниципальных органов в СМИ.

2) Создание проекта по увеличению количества публикаций о деятельности муниципальных служащих Администрации города Екатеринбурга в интернет-СМИ под ответственность Информационно-аналитического департамента (Отдела по работе со средствами массовой информации).

3. Отсутствие понимания необходимости работы с имиджем среди муниципальных служащих. Так, мы видим, что большинство служащих используют страницы в социальных сетях лишь в качестве личного пространства, не рассматривая их как значимый инструмент в формировании своего образа как муниципального служащего.

Предлагаемое решение: введение изучения социальных сетей кандидатов и интернет-публикаций о кандидатах при поступлении на муниципальную службу в качестве одного из элементов поступления на муниципальную службу. Предоставляемые на данный момент сведения по статье 15.1 формально направлены лишь на избежание конфликта интересов, однако могут найти гораздо более широкое применение и стать частью процесса поступления на службу.

4. Уход служащих из социальных сетей в связи с ужесточением отчетности. Многие служащие предпочитают покинуть социальные сети, чтобы избежать предоставления сведений, другие закрывают свои страницы для ограниченного доступа. Все это не способствует формированию позитивного имиджа, но лишь изолирует муниципальных служащих от населения и укрепляет стереотипы о «закрытости» муниципальных органов. Решением данной проблемы также должна стать разработка Методических рекомендаций по поведению муниципальных служащих в сети «Интернет». Создание четких правил позволит служащим объективно оценивать собственные социальные сети и регулировать свое поведение, не опасаясь совершения каких-либо ошибок.

Подводя итог, следует отметить, что ситуация с имиджем муниципальных служащих в сети «Интернет» не является благоприятной, так как сами служащие не уделяют достаточно внимания своему информационному образу, разделяя собственный статус и социальные сети в качестве личного пространства. При этом, общее впечатление населения о служащих складывается под действием существующих стереотипов и больших потоков негативной информации, которая распространяется, в том числе, через интернет-СМИ, различные форумы и обсуждения. Образ современного муниципального служащего остается незавершенным и нечетким, что негативно влияет на авторитет муниципальной власти, снижает доверие населения муниципальных образований и их желание участия в местном самоуправлении.

Литература:

1. О муниципальной службе в Российской Федерации: Федеральный закон от 02 марта 2007 года №25-ФЗ (с изм. и доп.). Доступ из справ.-прав. системы «КонсультантПлюс».
2. «Типовой кодекс этики и служебного поведения государственных служащих Российской Федерации и муниципальных служащих»: решение президиума Совета при Президенте РФ по противодействию коррупции от 23 декабря 2010 г. (протокол №21). Доступ из справ.-прав. системы «КонсультантПлюс».

References:

1. On municipal service in the Russian Federation: Federal Law №25-FL of 02 March 2007. (with amendment and add.). Access from ref.-legal system “ConsultantPlus”
2. “Model Code of Ethics and Official Behavior of Civil Servants of the Russian Federation and Municipal Officers”: Decision of the Presidium of the Council of the President of the Russian Federation on Combating Corruption of 23 December 2010 (Protocol №21). Access from ref.-legal system “ConsultantPlus”

Литература:

3. Об утверждении Кодекса этики и служебного поведения муниципальных служащих муниципального образования «город Екатеринбург»: Решение Екатеринбургской городской Думы № 65/46 от 11 октября 2011 года. Доступ с официального сайта Екатеринбургской городской Думы.
4. Правила поведения адвокатов в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»: Решение ФПА от 28 сентября 2016 г. (Протокол № 7). Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».
5. *Иванов М., Рожков Р.* Госслужащим открывают отчетные аккаунты. [электронный ресурс]. URL: https://www.kommersant.ru/doc/3194322 (дата обращения 04.08.2018).
6. Российских чиновников обяжут подтверждать отсутствие аккаунтов в соцсетях. [электронный ресурс]. URL: https://www.rbc.ru/rbcfreenews/58354e6f9a79477b6c1f9ee7 (дата обращения 05.08.2018).
7. *Илюшина М.* Демография соцсетей: кто общается в интернете. [электронный ресурс]. URL: https://rb.ru/news/social-networks-demographic/ (дата обращения 05.08.2018).
8. *Петров В.* Муниципальные сюжеты. [электронный ресурс]. URL: https://rg.ru/2015/04/15/chinovnik.html (дата обращения 15.08.2018).
9. *Горчакова В. Г.* Имиджелогия. Теория и практика: учебное пособие для студентов вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. 335 с. [электронный ресурс]. URL: http://www.iprbookshop.ru/52471.html (дата обращения 24.08.2018).
10. *Мамина Р. И.* Деловой этикет в системе имиджа: философско-культурологический анализ. [электронный ресурс]. URL: http://www.iprbookshop.ru/20314.html (дата обращения 25.08.2018).
11. *Губанов Д. А., Новиков Д. А., Чхартишвили А. Г.* Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства. М.: Издательство физико-математической литературы, 2010. 228 с.

References:

3. On approval of the Code of Ethics and Service Behavior of municipal employees of the municipal entity “City of Yekaterinburg”: Decision of the Yekaterinburg City Duma № 65/46 of 11 October 2011. Access from the official website of the Yekaterinburg City Duma.
4. Rules of conduct of lawyers in the information and telecommunication network “Internet”: Decision of the FPA of 28 September 2016 (Protocol № 7). Access from ref.-legal system “Garant”
5. *Ivanov M., Rozhkov R.* State employees open account accounts [e-resource]. URL: https://www.kommersant.ru/doc/3194322 (date of reference 04.08.2018).
6. Russian officials are obliged to confirm the absence of accounts in social networks. [e-resource]. URL: https://www.rbc.ru/rbcfreenews/58354e6f9a79477b6c1f9ee7 (date of reference 05.08.2013).
7. *Ilyushina M.* Demography of social networks: who communicates on the Internet. [e-resource]. URL: https://rb.ru/news/social-networks-demographic/ (date of reference 05.08.2018).
8. *Petrov V.* Municipal plots. [e-resource]. URL: https://rg.ru/2015/04/15/chinovnik.html (date of reference 15.08.2018).
9. *Gorchakova V. G.* Image. Theory and practice: a textbook for university students. M.: UNITY-DANA, 2015. 335 p. [e-resource]. URL: http://www.iprbookshop.ru/52471.html (date of reference 24.08.2013).
10. *Mamina R. I.* Business etiquette in the system of image. [e-resource]. URL: http://www.iprbookshop.ru/20314.html (date of reference 25.08.2013).
11. *Gubanov D. A., Novikov D. A., Chkhartishvili A. G.* Social networks: models of information influence, management and confrontation. M.: Publishing House of Physical and Mathematical Literature, 2010. 228 p.