

DOI 10.15826/koinon.2020.01.1.2.012

УДК 35.08:004.032.6 + 004.77 + 316.477

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ ПОЗИТИВНОГО ЦИФРОВОГО ИМИДЖА МУНИЦИПАЛЬНЫХ СЛУЖАЩИХ В СОВРЕМЕННОМ ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ

А. С. Никитина

Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ
Екатеринбург, Россия

Аннотация: В настоящее время цифровая трансформация системы государственного и муниципального управления приобретает большую значимость и актуальность. В этих условиях формируется образ нового, «цифрового», чиновника, который всё чаще появляется на просторах сети Интернет. Всё больше возрастает научно-исследовательский интерес к проблемам формирования позитивного цифрового имиджа муниципальных служащих в современном интернет-пространстве. В статье на основе проведенного методом анкетирования социологического опроса жителей города Екатеринбурга, а также экспертного интервью были выявлены факторы, влияющие на формирование позитивного имиджа муниципальных служащих в современном интернет-пространстве. Ведущими оказались: «живое» присутствие самих муниципальных служащих в медийном интернет-пространстве, информационная открытость, доверительная коммуникация между интернет-пользователями и муниципальными служащими, открытое взаимодействие и активное виртуальное со-участие чиновников в жизни города, а также в решении проблем горожан (в том числе в социальных сетях). Вдобавок стоит отметить

важность публикации интересного, привлекательного контента о конкретных результатах профессиональной деятельности муниципальных служащих. Анализируются проблемы, возникающие в процессе формирования позитивного цифрового имиджа муниципальных служащих в современном интернет-пространстве: недостаточность информации в правовом поле, отсутствие единой политики органа местного самоуправления в данной сфере, непонимание и страх со стороны служащих. Все эти проблемы снижают возможности Интернета как инструмента формирования имиджа не только служащих, но и органа власти, который они представляют. Умелое использование Интернета может сформировать атмосферу уважения и доверия со стороны жителей города Екатеринбурга к Администрации города и муниципальной службе, вывести диалог между гражданами и служащими на новый уровень.

Ключевые слова: цифровизация, цифровой имидж, муниципальные служащие, муниципальное управление, интернет-пространство.

Благодарности: Автор выражает благодарность Администрации города Екатеринбурга за оказанную помощь при проведении социологического исследования.

Для цитирования: Никитина А. С. Факторы, влияющие на формирование позитивного цифрового имиджа муниципальных служащих в современном интернет-пространстве // Koinon. 2020. Т. 1. № 1–2. С. 230–243. DOI: 10.15826/koinon.2020.01.1.2.012

FACTORS INFLUENCING THE FORMATION OF A FAVOURABLE DIGITAL IMAGE OF MUNICIPAL EMPLOYEES IN TODAY'S INTERNET SPACE

A. S. Nikitina

Russian Academy of National Economics and Public Administration
Ekaterinburg, Russia

Abstract: Nowadays, the digital transformation of the system of state and municipal government is gaining importance and relevance. Under these conditions, the image of a new, “digital official” is being formed, and appears on the Internet increasingly. Research interest in the problems of building a positive digital image of municipal employees in the modern Internet space is growing more and more. The article describes the results of a sociological survey of residents of the city of Yekaterinburg. The research methods included a questionnaire as well as an expert interview. The study revealed the factors influencing the build-up of a favourable image of municipal employees in the modern Internet space. The leaders were the “live” presence of the municipal employees themselves on the media Internet space, information openness, confidential communication between Internet users

and municipal employees, open interaction, and active virtual participation of officials in the life of the city, as well as in solving the problems of citizens (including on social networks). It is also important to publish enticing, attractive content about the specific results of the professional activities of municipal employees. The paper formulates the problems arising in the formation of a favourable digital image of municipal employees in the modern Internet space and analyzes ways to solve them. They are: lack of information in the legal field, lack of a unified local government policy in this area, misunderstanding and fear on the part of employees. These challenges reduce the possibilities of the Internet as a tool for shaping the image not only of employees but also of the authority they represent. Skilful use of the Internet can create an atmosphere of respect and trust on the part of residents of the city of Yekaterinburg to the City Administration and municipal service, bring the level of dialogue between citizens and employees to a new level.

Keywords: digitalization, digital image, municipal employees, municipal government, Internet space.

Acknowledgments: The author expresses his gratitude to the Administration body of the Yekaterinburg for help in conducting a sociological study.

For citation: Nikitina, A. S. (2020), "Factors Influencing the Formation of a Favourable Digital Image of Municipal Employees in Today's Internet Space", *Koinon*, vol. 1, no. 1–2, pp. 230–243 (in Russian). DOI: 10.15826/koinon.2020.01.1.2.012

Введение

Развитие глобальной сети Интернет значительно расширило возможности людей для свободного распространения любой информации, выражения взглядов и обмена мнениями. Пользователями Интернета становятся, в том числе, и представители органов местного самоуправления, обладающие особым статусом, который требует от них соблюдения определенных норм, в том числе негласных. Вместе с развитием новых технологий повышается открытость информации, а вслед за этим возникает необходимость поддержания статуса служащего во всемирной Сети. Остро встает проблема формирования имиджа муниципальных служащих и улучшение их образа в глазах населения [Никитина, Чевтаева 2018, с. 15].

Муниципальный служащий, как лицо, взаимодействующее с населением, не может обойтись без формирования своего позитивного имиджа. Проблема его создания активно обсуждается в научной литературе [Ваторопин, Семина 2015, с. 77; Зайцева, Кононенко 2018, с. 50]. Однако особенности его конструирования еще не стали предметом специального исследования. Н. С. Межлумян, Ю. М. Кисилица отмечают, что в России первостепенной является правовая составляющая имиджа, т. е. соблюдение служащими запретов и ограничений, строгое следование нормативно установленным обязанностям,

а эмоциональная составляющая отодвигается на второй план [Межлумян, Кислица 2014, с. 81]. Нельзя отрицать, что она оказывает существенное влияние на выработку желаемого муниципальными служащими имиджа в Интернете. Он становится площадкой для индивидуализации муниципального управления, создавая позитивное отношение населения к органам власти [Куркемова, 2018, с. 131; Лизогуб, 2015, с. 91]. Пока возможности Интернета для решения этой задачи используются крайне ограниченно.

Публикуемые в интернет-СМИ новости, как правило, упоминают те или иные органы власти без обозначения конкретных лиц, что формирует в обществе восприятие деятельности муниципальных служащих как единой массы, строго выполняющей свои функции [Губанов, Новиков, Чхартишвили 2010, с. 18]. Это не способствует повышению доверия как к отдельным представителям органов власти, так и к ней в целом со стороны населения. Одной из причин низкого уровня присутствия муниципальных служащих в интернет-пространстве является непонимание его специфики, а также собственной ответственности за размещаемые в Сети сведения [Зиновьева 2018, с. 38; Потапкина 2017, с. 202]. Не всеми осознается, что позитивный или негативный имидж отдельных муниципальных служащих у граждан формирует имидж тех органов, которые они представляют. Работая с Интернетом, социальными сетями, муниципальные служащие обеспечивают более полную информированность населения о деятельности органов местного самоуправления в решении конкретных вопросов экономического, социального развития территории [Беленкова 2017, с. 199].

По мнению исследователей, особенностями формирования в сети Интернет имиджа муниципальных служащих в настоящее время являются: отсутствие четкой регламентации, тесная связь официальных компонентов (связанных с местом службы) и личной жизни служащего [Шайкова 2016, с. 18], высокая скорость и бесконтрольность распространения информации, наличие угрозы утечки личных сведений [Комарова 2016; Самохвалова 2014].

Однако остаются нерешенными следующие вопросы: какие факторы оказывают наибольшее влияние на формирование позитивного имиджа муниципальных служащих? какие риски и проблемы могут возникнуть в процессе его становления?

Методология и методы исследования

В качестве методологической основы исследования выбран системный подход, позволяющий в комплексе проанализировать элементы позитивного имиджа муниципальных служащих в Интернете, определить факторы, влияющие на его формирование, а также выделить типичные проблемы, возникающие при его конструировании.

Под виртуальным (цифровым) имиджем муниципального служащего в Интернете мы понимаем относительно устойчивую совокупность личностных и профессионально-деловых качеств, которые позволяют сформировать целостное представление о нем на основе информации, размещенной в интернет-пространстве, направленной на создание позитивного представления у жителей муниципального образования [Ерохина 2018, с. 58]. Компонентами виртуального имиджа являются: средовой имидж — обстановка, складывающаяся вокруг служащего, габитарный — внешний вид специалиста, вербальный — сведения о внутренних и внешних коммуникациях чиновника, овеществленный — результаты работы специалиста, сведения о его деятельности и достижениях [Зайцева, Кононенко 2018, с. 50].

В 2019 г. нами было проведено методом анкетирования населения социологическое исследование имиджа в Интернете муниципальных служащих Администрации города Екатеринбурга. Опрошено 400 жителей в возрасте 20–50 лет, из которых 44 % составили лица мужского пола, 56 % — женского. Методом экспертного опроса выявлено мнение по изучаемому вопросу 18 преподавателей вузов, имиджмейкеров, экспертов центра подготовки руководителей цифровой трансформации РАНХиГС.

Результаты и обсуждение

Результаты анкетирования показали, что 90 % респондентов считают себя активными пользователями сети Интернет, что говорит о том, что данный ресурс играет значительную роль в жизни жителей Екатеринбурга. С помощью этого источника они получают основную информацию о муниципальных служащих и деятельности Администрации города. 91 % опрошенных выделили интернет-СМИ, которые более удобны, доступны по сравнению с классическими средствами массовой информации: газетами, радио, телевидением, СМИ. Так, продолжают ими пользоваться 58 % опрошенных, что на 33 % меньше, чем интернет-СМИ.

Исследование выявило мнение жителей города о важности присутствия муниципальных служащих в интернет-пространстве. 71 % респондентов считают, что они должны давать информацию о себе, решаемых ими в интересах населения проблемах, трудностях, которые приходится преодолевать для получения желаемого результата.

В настоящее время респонденты в интернет-СМИ часто находят негативную информацию в работе муниципальных служащих. 46 % указали на сведения, связанные с коррупцией, нарушением обязанностей муниципальными служащими, неэтичным поведением в общественных местах, высказываниях, подрывающих доверие к их работе. Эксперты в ходе опроса отмечали, что «СМИ спекулируют на громких заголовках, распространяют оценочную

информацию, вызывая у широкой аудитории негативную реакцию в отношении как отдельных служащих, так и Администрации Екатеринбурга в целом».

38 % отметили нейтральные данные о деятельности чиновников Администрации города. Речь идет о новостях, связанных с принятием различных муниципальных актов, публикации отчетов о работе и др. Эксперты согласились с тем, что «жители относятся к служащим нейтрально, что само по себе плохо, потому что муниципальные органы — это лицо города, но каждый горожанин должен видеть тех, кто работает на его благо. Имидж должен быть позитивным».

Положительные новости, раскрывающие участие муниципальных служащих в конкурсах, мероприятиях, благотворительных акциях, отметили только 9 % респондентов. Это затрудняет создание системы сотрудничества населения и органов местной власти при решении актуальных для развития города проблем [Меренков 2019, с. 5]. Доминирует сформированный СМИ устойчивый негативный имидж чиновников, занимающихся решением всех вопросов, связанных с экономическим, социокультурным развитием г. Екатеринбурга.

Одной из причин является то, что сведения о деятельности муниципальных служащих, по мнению 51 % респондентов, крайне ограничены. Официальный сайт не вызывает особого интереса у населения и не содержит привлекательной информации. Это ведет к тому, что 46 % посещают сайт Администрации города раз в полгода, а 32 % вообще им не пользуются. Относительно регулярно обращаются к нему 24 % ответивших.

Респонденты, которые периодически обращаются к данному источнику информации, выдвинули следующие требования к содержанию страниц специалистов Администрации города:

1) фотографии: 78 % высказались за обязательное наличие официальной фотографии служащего; 55 % респондентов — за присутствие фотографий и в неформальной обстановке;

2) публикации: 85 % респондентов считают, что должны присутствовать сведения, связанные с местом работы, содержанием обязанностей специалиста, полученными результатами. 39 % отметили важность публикаций, не связанных с местом работы, позволяющих раскрыть интересы человека, особенности его досуга;

3) раздел «личная информация»: люди хотят иметь данные о возрасте (61 % респондентов), образовании служащего (91 %), предшествующих местах работы (48 %), жизненных интересах (58 %), политических предпочтениях (49 %). Такие сведения, по мнению респондентов, могут повысить доверие к тем людям, которые определяют нынешнее состояние и будущее города.

Исследование выявило важность следующей информации в интернет-пространстве о муниципальных служащих, которая позволяет сформировать их положительный имидж у населения (рис. 1).

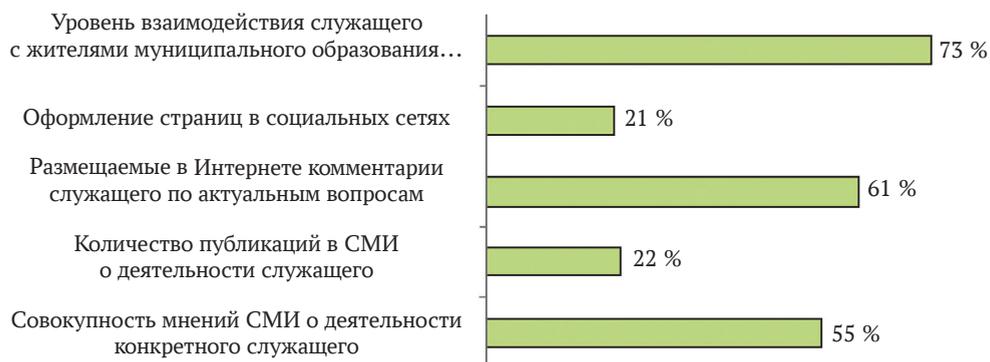


Рис. 1. Сведения, влияющие на конструирование положительного имиджа муниципального служащего в Интернете (в % к числу ответивших)

Fig. 1. Information influencing the construction of a positive image of a municipal employee on the Internet (% of the number of respondents)

Ведущим фактором является информация о том, как специалист пытается решить важные для тех или иных групп населения города проблемы. Качество общения с людьми, обращающимися по разным вопросам, оперативность их решения определяют создание положительного образа служащего, использующего свои знания, способности для улучшения положения жителей областного центра. Люди желают чаще слышать мнение ответственных работников администрации города о том, как и каким образом возможно удовлетворить насущные потребности жителей в улучшении работы больниц, школ, организаций, занимающихся транспортными проблемами, благоустройством и т. д.

58 % населения ожидают от муниципалов использования Интернета для регулярной связи с ними, что практически не реализуется на практике. До сих пор доминируют, по мнению 25 % опрошенных, традиционные контакты. Они должны быть заменены общением через социальные сети. В условиях цифрового общества это становится обязательным условием формирования позитивного имиджа муниципальных служащих. Активное распространение дистанционных форм взаимодействия людей в условиях пандемии 2020 г. показало, что значительная часть населения к этому готова.

Присутствие муниципальных служащих в социальных сетях считают необходимым 92 % ответивших. При выборе наиболее важных из сетей 66 % выделили «ВКонтакте», 58 % — «Инстаграм», 40 % — «Твиттер». Приоритет «ВКонтакте» объясняется простотой, удобством в пользовании интерфейсом, а также ее популярностью среди русскоязычной молодой аудитории.

Говоря о внешних факторах, влияющих на формирование позитивного имиджа муниципальных служащих в Сети, следует отметить важность регулирования их поведения в Интернете. Респондентам было предложено оценить

необходимость этого по шкале от 1 («не должно регулироваться совсем») до 5 («должно быть жестко урегулировано»). Большая часть респондентов выбрала вариант «3» (42 %). В итоге средний балл по шкале по данному вопросу составил «3,35» (показатель «выше среднего») и дает основание полагать, что поведение муниципальных служащих в интернет-пространстве, по мнению горожан, должно быть в той или иной мере урегулировано.

Выявлены разные мнения по этому вопросу:

1) необходимо регулировать, так как некоторые способы их презентации недопустимы ввиду занимаемого статуса («лицо муниципального органа», «служители народа»);

2) поведение служащих в Интернете должно регулироваться, так как их действия в неслужебное время влияют на имидж органа, который они представляют;

3) нужно регулировать, чтобы избежать утечки не подлежащей разглашению информации;

4) действия в Сети должны регламентироваться общими требованиями, а не специальными для этой группы, так как социальные сети являются «свободным пространством»;

5) лучше вообще не регулировать, так как ужесточение требований не способствует открытости муниципальной службы;

6) поведение служащих нельзя жестко регулировать, чтобы поддерживать неформальное взаимодействие с жителями.

Анализируя ответы респондентов, необходимо отметить значимость и необходимость реализации данных требований, каждое из которых по-своему обосновано, чтобы удовлетворить потребность интернет-сообщества в открытой, прямой коммуникации, влияя на формирование позитивного имиджа чиновников.

Респондентами предложены меры по повышению имиджа муниципальных служащих в сети Интернет (рис. 2).

Мнение о важности создания правил поведения муниципальных служащих в сети Интернет связано с принятым в российском обществе стереотипом, согласно которому деятельность чиновников как представителей публичной власти должна быть четко регламентирована определенными нормами. Сравним мнения горожан с экспертными оценками по данной теме. Эксперты также считают, что необходимо ввести правовое регулирование поведения чиновников в Сети. Данная мера необходима ввиду роста значимости IT-технологий в общественной жизни, а также ввиду связи имиджа отдельного служащего с образом профессии муниципального работника в целом. При этом, по мнению некоторых экспертов, регулирование должно сочетаться с самоконтролем, не быть слишком жестким. В то же время один из экспертов указал, что этого делать не следует, так как в Интернете они выступают как граждане, а не как служащие органа местного самоуправления.



Рис. 2. Необходимые меры по повышению имиджа муниципальных служащих Администрации города Екатеринбурга в сети Интернет

Fig. 2. Necessary measures to improve the image of municipal employees of the Administration of the city of Yekaterinburg on the Internet

Экспертами также было отмечено, что действующими актами не предусмотрено регулирования поведения служащих в сети Интернет, отсутствуют меры рекомендательного характера. Кодексы этики этих работников всех уровней давно не актуализируются. Эксперты считают, что нормы, указанные в них, распространяются и на деятельность муниципальных служащих в Интернете. В то же время концентрация внимания служащих на «виртуальной составляющей» их поведения как представителей органа местного самоуправления необходима, что может быть достигнуто внесением изменений в действующий кодекс. Главной задачей является создание благоприятного, «безупречного» образа муниципального служащего в интернет-пространстве.

Оценивая имидж муниципальных служащих Администрации города Екатеринбурга, эксперты высказали разные мнения: от «положительный в целом», «разный в зависимости от сферы деятельности», «нейтральный», «ниже среднего», «достаточно низок». В целом доминируют оценки «нейтральный» и «низкий», совпадающие с оценкой, полученной при анкетировании населения.

Исследование выявило следующие проблемы формирования позитивного имиджа муниципальных служащих Администрации города Екатеринбурга в сети Интернет.

Проблемы информирования о деятельности муниципальных служащих

1. Требуется существенное улучшение сайта Администрации г. Екатеринбурга. Информация о служащих, их деятельности носит ограниченный характер, не позволяя создать достаточно достоверный образ специалиста,

работающего в интересах всех жителей областного центра. Актуальность размещаемой информации не всегда находится на должном уровне. Экспертами отмечено, что «официальный сайт неудобен, перегружен информацией».

Значимым шагом по улучшению сайта, по их мнению, должно стать размещение в разделе «Новости» информации о повседневной деятельности Администрации, ее отделов, комитетов, департаментов и управлений с указанием конкретных лиц. Необходимо размещать качественную информацию о достигнутых показателях, ходе выполнения различных программ и проектов, организации мероприятий, участия в них служащих. Материалы для сайта должны готовиться Департаментом информационной политики Администрации при непосредственном участии тех муниципальных служащих, чья деятельность будет в них освещаться. Особенностью представляемых данных должно стать указание конкретных специалистов, участвовавших в достижении планируемых результатов, приглашение их для интервью, официальных заявлений.

2. Важно изменить ситуацию с преобладанием негативной информации о деятельности служащих в интернет-СМИ. В них позитивные новости отодвигаются на задний план и не преподносятся должным образом. Еще в 2014 г. 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 2015 г. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации предложило создавать положительный образ муниципального чиновника через региональные СМИ [Петров 2015]. В результате чего, по информации Минкомсвязи, количество публикации по вопросам развития местного самоуправления значительно возросло.

Подобный эффект может быть повторен в границах Екатеринбурга. Для этого требуется разработка Департаментом информационной политики Администрации города Екатеринбурга (Отдел по работе со средствами массовой информации) программы по увеличению количества публикаций о деятельности муниципальных служащих Администрации города Екатеринбурга в интернет-СМИ.

Проблемы, связанные с личным отношением муниципальных служащих к формированию своего имиджа в сети Интернет

1. Пока большинство служащих используют страницы в социальных сетях лишь в личных целях, сообщая о событиях, происходящих с ними в свободное время. Не создается целенаправленно образ себя как муниципального служащего. Экспертами отмечено, что «служащие не используют Интернет для формирования имиджа. Этим занимаются только лица, находящиеся

на позиции высшего руководителя, а также их заместители. Рядовые служащие, руководители среднего звена редко используют этот источник». Отмечена незаинтересованность служащих в формировании имиджа.

Возможным решением проблемы повышения активности служащих в формировании позитивного имиджа может стать введение практики изучения социальных сетей кандидатов на работу в органе муниципальной власти. Выявится содержание и способы формирования имиджа себя как личности, интересной для пользователей Интернетом. Предоставляемые на данный момент человеком сведения направлены лишь на избежание возможных конфликтов интересов при работе в органе власти, однако могут найти гораздо более широкое применение и стать частью процесса поступления на службу.

2. Требуется повысить открытость чиновников людям, в интересах которых они работают. Многие служащие предпочитают покинуть социальные сети, чтобы избежать проверки достоверности предоставляемых ими сведений о своем материальном положении, потребительской активности. Всё это не способствует формированию позитивного имиджа, укрепляя стереотипы о «закрытости» служащих органов власти разного уровня, их желании скрыть те преимущества, которые они имеют.

Эксперты считают, что нужно «разработать образовательную программу по способам формирования положительного имиджа в информационно-телекоммуникационной сети Интернет и периодически проводить профильные тренинги». Для их проведения приглашать представителей внешних организаций, специализирующихся в данном вопросе или имеющих положительный опыт, достойный распространения.

Заключение

Присутствие муниципальных служащих в интернет-пространстве является требованием современного мира. Влияние имиджа служащих и роль сети Интернет будут постоянно возрастать.

Исследования выявили основные факторы, влияющие на формирование позитивного цифрового имиджа муниципальных служащих в современном интернет-пространстве. Таковыми являются их «живое» присутствие в медийном интернет-пространстве, информационная открытость, публикация в интернет-сети конкретных результатов профессиональной деятельности, доверительная коммуникация с интернет-пользователями, активное виртуальное соучастие чиновников с горожанами в решении их проблем.

В то же время недостаточность информации в правовом поле, отсутствие единой политики органа местного самоуправления в данной сфере, непонимание и страх со стороны служащих снижают возможности Интернета как инструмента формирования имиджа не только служащих, но и органа власти,

который они представляют. Умелое использование Интернета может сформировать атмосферу уважения и доверия со стороны жителей города Екатеринбурга к Администрации города и муниципальной службе, вывести диалог между гражданами и служащими на новый уровень.

Список литературы

- Беленкова 2017 — *Беленкова Л. М.* Имидж государственных органов: потенциал информационно-коммуникационных технологий // Управленческое консультирование. 2017. № 4 (100). С. 199–209.
- Ваторопин, Семина 2015 — *Ваторопин А. С., Семина М. С.* Имидж главы субъекта РФ как лидера общественного мнения // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия «Социально-гуманитарные науки». 2015. Т. 15. № 2. С. 77–80.
- Губанов, Новиков, Чхартишвили 2010 — *Губанов Д. А., Новиков Д. А., Чхартишвили А. Г.* Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства / под ред. чл.-корр. РАН Д. А. Новикова. М. : Физико-математическая литература, 2010. 228 с.
- Ерохина 2018 — *Ерохина Л. И., Скорниченко К. А.* Использование информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» в целях формирования и развития имиджа муниципального образования // Школа университетской науки: парадигма развития. 2018. № 1-2 (27-28). С. 58–61.
- Зайцева, Кононенко 2018 — *Зайцева М. В., Кононенко А. И.* Формирование позитивного имиджа муниципальных служащих в сознании жителей // Международный журнал прикладных наук и технологий Integral. 2018. № 4. С. 50.
- Зиновьева 2018 — *Зиновьева Л. М.* PR-технологии в Интернете в создании положительного имиджа организации // Молодежь в науке: новые аргументы : сборник научных работ VIII Международного молодежного конкурса (Россия, г. Липецк, 30 марта 2018 г.) / отв. ред. А. В. Горбенко. Липецк : Научное партнерство «Аргумент», 2018. С. 38–40.
- Комарова 2016 — *Комарова Т. М.* Роль органов местного самоуправления в формировании положительного имиджа муниципального образования // Социально-экономические явления и процессы. 2016. Т. 11. № 4. С. 45–49.
- Куркемова 2018 — *Куркемова Э. С.* Стратегии формирования и трансляции имиджа политиков в сети Интернет // АстраПолис: Астраханские политические исследования : ежегодник кафедры политологии Астраханского государственного университета / отв. ред. Л. Я. Подвойский. Астрахань : Сорокин Р. В., 2018. С. 130–134.
- Лизогуб 2015 — *Лизогуб М. В.* Имидж муниципальной власти как конкурентное преимущество // Власть. 2015. Т. 23. № 2. С. 91–93.
- Межлумян, Кисилица 2014 — *Межлумян Н. С., Кисилица Ю. М.* Имидж муниципального служащего // Вестник Забайкальского государственного университета. 2014. № 1 (15). С. 81–84.
- Меренков 2019 — *Меренков А. В.* Культура сотрудничества: теоретико-методологический анализ // Известия Уральского федерального университета. Серия 3 : Общественные науки. 2019. Т. 14. № 4 (194). С. 5–16.
- Никитина, Чевтаева 2018 — *Никитина А. С., Чевтаева Н. Г.* Профессиональная деятельность государственных служащих: традиции и инновации. Екатеринбург : Уральский государственный педагогический университет, 2018. 176 с.
- Петров 2015 — *Петров В.* Муниципальные сюжеты. Сенаторы и Минкомсвязь оценили тематику МСУ [Электронный ресурс] // Российская газета. 2015. 14 апреля (федер. вып. № 6650 (79)). URL: <https://rg.ru/2015/04/15/chinovnik.html> (дата обращения: 15.02.2019).
- Потапкина 2017 — *Потапкина Т. И.* Интернет-коммуникации как инструмент формирования имиджа государственных органов // Наука. Общество. Государство. 2017. Т. 5. № 4 (20). С. 202–207.

- Самохвалова 2014 — Самохвалова Е. В. Формирование позитивного имиджа администрации муниципального образования [Электронный ресурс] // Гуманитарные научные исследования. 2014. № 9. URL: <http://human.snauka.ru/2014/09/7727> (дата обращения: 26.03.2020).
- Шайкова 2016 — Шайкова М. В. Психологический аспект формирования имиджа исполнительной власти // Муниципальная служба: правовые вопросы. 2016. № 3. С. 18–21.

References

- Belenkova, L. M. (2017), “State Bodies’ Image: Potential of Information and Communication Technologies”, *Administrative Consulting*, no. 4 (100), pp. 199–209 (in Russian).
- Erokhina, L. I. and Skornichenko, K. A. (2018), “The Use of the Information and Telecommunication Network Internet in Order to Form and Develop the Image of a Municipal Formation”, *Shkola universitetskoi nauki: paradigma razvitiya*, no. 1-2 (27-28), pp. 58–61 (in Russian).
- Gubanov, D. A., Novikov, D. A. and Chkhartishvili, A. G. (2010), *Sotsial’nye seti: modeli informatsionnogo vliyaniya, upravleniya i protivoborstva* [Social Networks: Models of Information Influence, Management and Confrontation], Physical and Mathematical Literature, Moscow, 228 p. (in Russian).
- Komarova, T. M. (2016), “The Role of Local Governments in the Formation of a Positive Image of a Municipal Formation”, *Social-Economic Phenomena and Processes*, vol. 11, no. 4, pp. 45–49 (in Russian).
- Kurkumova, E. S. (2018), “Strategies for Shaping and Broadcasting the Image of Politicians on the Internet”, in Podvoiskii, L. Ya. (ed.), *AstraPolis: Astrakhanskie politicheskie issledovaniya : ezhegodnik kafedry politologii Astrakhanskogo gosudarstvennogo universiteta* [Astrapolis: Astrakhan Political Studies. Yearbook of the Department of Political Science of Astrakhan State University], Sorokin, R. V., Astrakhan, pp. 130–134 (in Russian).
- Lizogub, M. V. (2015), “The Image of the Municipal Government as a Competitive Advantage”, *The Authority*, vol. 23, no. 2, pp. 91–93 (in Russian).
- Merenkov, A. V. (2019), “Culture of Cooperation: Theoretical and Methodological Analysis”, *Izvestiya Ural’skogo federal’nogo universiteta. Seriya 3, Obshchestvennye nauki*, vol. 14, no. 4 (194), pp. 5–16 (in Russian).
- Mezhlumyan, N. S. and Kisilitsa, Yu. M. (2014), “Image of a Municipal Employee”, *Bulletin of the Trans-Baikal State University*, no. 1 (15), pp. 81–84 (in Russian).
- Nikitina, A. S. and Chevtaeva, N. G., (2018), *Professional’naya deyatel’nost’ gosudarstvennykh sluzhashchikh: traditsii i innovatsii* [Professional Activities of Civil Servants: Traditions and Innovations], Ural’skii gosudarstvennyi pedagogicheskii universitet, Yekaterinburg, 176 p. (in Russian).
- Petrov, V. (2015), “Municipal Subjects. Senators and the Ministry of Telecom and Mass Communications Appreciated the Topic of Local Self-government”, *Rossiiskaya gazeta*, no. 6650 (79), available at: <https://rg.ru/2015/04/15/chinovnik.html> (accessed 15 February 2019) (in Russian).
- Potapkina, T. I. (2017), “Internet Communication as a Tool for Shaping the Image of Public Bodies”, *Science. Society. State*, vol. 5, no. 4 (20), pp. 202–207 (in Russian).
- Samokhvalova, E. V. (2014), “Formation of Positive Image of Family’s Institute in the Region”, *Humanities scientific researches*, no. 9, available at: <http://human.snauka.ru/2014/09/7727> (accessed 26 March 2020) (in Russian).
- Shaykova, M. V. (2016), “A Psychological Aspect of Executive Authority Image Formation”, *Munitsipal’naya sluzhba: pravovye voprosy*, no. 3, pp. 18–21 (in Russian).
- Vatoropin, A. S. and Semina, M. S. (2015), “Image of a Regional Governor in Russian Federation as a Public Opinion Leader”, *Bulletin of South Ural State University, series “Humanities and Social Sciences”*, vol. 15, no. 2, pp. 77–80 (in Russian).
- Zaitseva, M. V. and Kononenko, A. I. (2018), “Formation of Positive Image of Municipal Employees in the Consciousness of the Residents”, *International Journal of Applied Sciences and Technologies Integral*, no. 4, p. 50 (in Russian).

Zinovieva, L. M. (2018), "PR-technologies on the Internet in Creating a Positive Image of the Organization", in Gorbenko, A. V. (ed.), *Molodezh' v nauke: novye argumenty, sbornik nauchnykh rabot VIII Mezhdunarodnogo molodezhnogo konkursa (Rossiya, Lipetsk, 30 marta 2018 goda)* [Youth in Science: New Arguments, Collection of scientific Works of the 8th International Youth Competition], Nauchnoe partnerstvo "Argument", Lipetsk, pp. 38-40 (in Russian).

Рукопись поступила в редакцию / Received: 11.09.2020

Принята к публикации / Accepted: 28.09.2020

Информация об авторе

Никитина Алена Сергеевна
кандидат социологических наук
Российская академия народного хозяйства
и государственной службы
при Президенте РФ —
Уральский институт управления
620144, Россия, Екатеринбург,
ул. 8 марта, 66
E-mail: Nikitina-as@ranepa.ru
Авторский ORCID: 0000-0002-3804-4952

Information about the author

Nikitina, Alena Sergeevna
Cand. Sci. (Sociology)
Russian Academy of National Economy
and Public Administration under
the President of the Russian Federation —
Ural Institute of Management
66 8 Marta St., Yekaterinburg,
620144, Russia
E-mail: Nikitina-as@ranepa.ru
Author's ORCID: 0000-0002-3804-4952