

их решения / Л. М. Тодис, Т. В. Виноградова, А. С. Андроничева // Современное педагогическое образование. — 2023. — № 3. — С. 78—81.

8. *Трещевский Ю. И.* Высшее образование в контексте социально-экономического развития Воронежской области / Ю. И. Трещевский, Т. Ю. Спичкина // РСЭУ. — 2011. — № 1 (12). — С. 71—81.

LITERATURE

1. *Bobkov A. M.* Problem undeclared and perspective vexatious in recent times in the Apostille education in Russia / A. M. Bobkov // Scientist in Saint Petersburg B. Bobkova Branch Rossiyskoy local academies. — 2015. — № 3 (55). — P. 258—262.

2. *Endovitzky D. A.* Statistical analysis influences grant activities of sustainability / D. A. Endovitsky, V. V. Korotkich, E. Yu. Bubnova // In the Extravshe education in Russia. — 2023. — № 2. — P. 25—42.

3. Council meeting with the president on strategic development and natsproektam. — URL: [https://edu.gov.ru/press/6323/vladimir-](https://edu.gov.ru/press/6323/vladimir-putin-uspeshnoe-budushee-cheloveka-zavisit-ot-kachestvennogo-obrazovaniya-i-raznostoronnego-razvitiya/)

putin-uspeshnoe-budushee-cheloveka-zavisit-ot-kachestvennogo-obrazovaniya-i-raznostoronnego-razvitiya/

4. *Klymenova T. N.* Total number of entities in Russia / T. N. Kleimenova, E. A. Volkova, O. V. Jaksobaeva // Problem of the time of pedagogical education. — 2021. — № 71-2. — P. 188—191.

5. *Novikov S. V.* Current developments and trends of the Russian systemV. Novikov / S. V. Novikov // Extraveconomics, pre-education and law. — 2023. — Volume 13. № 9. — P. 3589—3604.

6. *Risin I. E.* Keyservices in the area (s) of the region (s) / I. E. Rysin, L. A. Kozub // VGU newspaper. Series: Extraveconomics and management. — 2018. — № 4. — S. 125—130.

7. *Todes L. M.* Modern problems of higher education in Russia and possible solutions / L. M. Todes, T. V. Vinogradova, A. S. Andronychева // Modern pedagogical education. — 2023. — No. 3. — P. 78—81.

8. *Treschevsky Y. I.* Education in the context of socio-cosmopolitanism in Voronezh Oblast / Y. I. Treschevsky, T. Yu. Spichkina // Rs. — 2011. — № 1 (12). — P. 71—81.

УДК 35.088.6

ВОПРОСЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ГОСУДАРСТВЕННЫХ ГРАЖДАНСКИХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ СЛУЖАЩИХ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Коды JEL: M1, M12, M53

Зеленцова С. Ю., кандидат экономических наук, доцент, Сургутский государственный университет, г. Сургут, Россия

E-mail: zelencova_su@surgu.ru; SPIN-код: 1892-0167

Поступила в редакцию 26.11.2023. Принята к публикации 06.12.2023

Аннотация

Актуальность темы. *Вопросы формирования имиджа государственных гражданских и муниципальных служащих в Российской Федерации связаны с необходимостью обеспечения эффективного их взаимодействия с населением.*

Цель. *Разработка предложений по расширению инструментов формирования позитивного имиджа государственных гражданских и муниципальных служащих в Российской Федерации.*

Методология. *Методы логического анализа опыта внедрения инструментов формирования позитивного имиджа государственных гражданских и муниципальных служащих в Российской Федерации.*

Результаты и выводы. *Формирование позитивного имиджа государственных гражданских и муниципальных служащих в Российской Федерации осуществляется строго в соответствии с правовыми нормами российского законодательства. Вместе с тем требуется повышение эффективности взаимодействия с населением с учетом специфики требований и направлений деятельности конкретного служащего Российской Федерации и его имиджевой репутации.*

На основе анализа сделаны выводы о возможности повышения эффективности кадровой политики и связи с общественностью на государственной гражданской и муниципальной службе в контексте формирования позитивного имиджа государственных гражданских и муниципальных

служащих путем устранения проблемы ограничения взаимодействия данных служб в оргструктуре органов власти.

Область применения. *Сфера управления кадрами и связь с общественностью на государственной гражданской и муниципальной службе.*

Ключевые слова: *технологии, имидж государственных гражданских и муниципальных служащих, целевая аудитория, инструменты внедрения.*

UDC 35.088.6

ISSUES OF IMAGE FORMATION OF STATE CIVIL AND MUNICIPAL EMPLOYEES IN THE RUSSIAN FEDERATION

JEL Codes: M1, M12, M53

*Zelentsova S. Yu., PhD in Economics, Associate Professor, Surgut State University, Surgut, Russia
E-mail: zelencova_su@surgu.ru; SPIN: 1892-0167*

Abstract

The relevance of the topic. *The issues of forming the image of state civil and municipal employees in the Russian Federation are related to the need to ensure their effective interaction with the population.*

Goal. *Development of proposals to expand the tools for creating a positive image of state civil and municipal employees in the Russian Federation.*

Methodology. *Methods of logical analysis of the experience of implementing tools for forming a positive image of state civil and municipal employees in the Russian Federation.*

Results and conclusions. *The formation of a positive image of state civil and municipal employees in the Russian Federation is carried out strictly in accordance with the legal norms of Russian legislation. At the same time, it is necessary to increase the effectiveness of interaction with the population, taking into account the specifics of the requirements and activities of a particular employee of the Russian Federation and his image reputation.*

Based on the analysis, conclusions are drawn about the possibility of improving the effectiveness of personnel policy and public relations in the state civil and municipal service in the context of forming a positive image of state civil and municipal employees by eliminating the problem of limiting the interaction of these services in the organizational structure of government bodies.

Scope of application. *The sphere of personnel management and public relations in the state civil and municipal service.*

Keywords: *technologies, image of state civil and municipal employees, target audience, implementation tools.*

DOI: 10.22394/1997-4469-2023-63-4-150-154

Введение

Главным направлением государственной и муниципальной кадровой политики и неотъемлемым условием совершенствования системы управления профессиональным развитием государственных и муниципальных служащих является подготовка эффективных кадров государственного и муниципального управления с использованием современных цифровых технологий и информационно-аналитических систем¹.

В условиях нестабильной политико-экономической среды все более актуальным вопросом является формирование позитивного имиджа государственных и муниципальных служащих как целенаправленного процесса, осуществляемого в виде активного воздействия на сознание населения и взаимосвязанного с прикладными технологиями влияния средств массовой коммуникации. Формирование позитивного имиджа органов власти, в целом сложный и многоэтапный процесс, требующий отдельного самостоятельного исследования и разработки актуальных рекомендаций и предложений.

¹ Зеленцова С. Ю. Государственные программы как инструмент подготовки и развития кадров государственного и муниципального управления в субъектах РФ / С. Ю. Зеленцова, Н. Ю. Кауфман // Реги-

он: системы, экономика, управление. 2022. № 1 (56). С. 49—53.

Формирование позитивного имиджа государственных гражданских и муниципальных служащих в Российской Федерации как подтверждение его эффективного восприятия населением

Исследование имиджа государственных гражданских и муниципальных служащих предполагает ответы на следующие вопросы:

— кто является целевой аудиторией и каковы ее запросы и ожидания в настоящий момент времени;

— насколько грамотно сформулированы характеристики и параметры современного образа государственного гражданского и муниципального служащего;

— насколько эффективно осуществляется продвижение сформированного имиджа государственных гражданских и муниципальных служащих с помощью средств массовых коммуникаций среди целевой аудитории;

— ведется ли управление изменениями запросов и ожиданий целевой аудитории с помощью средств массовых коммуникаций;

— осуществляется ли постоянная корректировка сформированного имиджа государственных гражданских и муниципальных служащих в соответствии с изменением запросов и ожиданий целевой аудитории;

— каким образом происходит планирование стратегии внедрения новых характеристик и параметров будущего образа государственного гражданского и муниципального служащего в соответствии с измененными запросами и ожиданиями целевой аудитории.

Базой формирования позитивного образа государственного и муниципального служащего является подтверждение его эффективного восприятия населением, выражающегося в одобрении деятельности органов исполнительной власти и органов местного самоуправления. Формирование такого совокупного имиджа происходит в процессе коммуникации, эффективность которой обусловлена наличием: отправителя (источника) сообщения, канала коммуникации, получателя (адресата), эффекта (результата) коммуникации, обратной связи. Если в массовом (индивидуальном) сознании формируются определенные установки, приводящие к определенному поведению, заданному коммуникатором, то можно говорить, что цель коммуникации достигнута¹.

Внедрение в массовое сознание сформированного имиджа деятельности государственных и муниципальных служащих осуществля-

ется с помощью PR-технологий. Анализ практики формирования имиджа государственных и муниципальных деятелей показывает, что в настоящее время используются два полярных подхода, которые соответствуют двум парадигмам воздействия: развивающей и манипулятивной. В качестве основных технологий достижения заданной коммуникатором цели можно выделить:

1. Позиционирование, т. е. создание и поддержание традиционного благоприятного и позитивного образа, имиджа государственных гражданских и муниципальных служащих, т. е. установление к нему исключительного доверия. Именно понятность и простота образа служащего формирует более сильную мотивацию выбора аудиторией именно этого объекта, а значит, широкую социальную поддержку населения.

2. Управление репутацией, проведение мероприятий, направленных на формирование социального одобряемого окружения государственных и муниципальных служащих из числа наиболее известных и влиятельных персон, чья репутация позитивно отразится на имидже продвигаемого объекта.

3. Снижение позитивного или сколько-нибудь одобряемого населением имиджа оппонентов-конкурентов, так называемый «черный PR». К действиям подобного рода относят распространение разнообразных нежелательных слухов, привлечение внимания даже к несущественным промахам, ошибкам и неудачам.

4. Определение конкурентного преимущества имиджа государственных и муниципальных служащих как комбинации возвышения позиционирования себя на фоне конкурентов-оппонентов. Для этого необходимо закрепить собственные преимущества в сознании целевой аудитории по сравнению с характеристиками конкурентов-оппонентов в информационном пространстве.

5. Контрреклама имиджа государственных и муниципальных служащих необходима для того, чтобы восстановить случайно сниженный имидж, т. е. случайно вышедший за рамки управления и ставший стихийным. Для этого используются такие средства, как, например, опровержение недобросовестной информации с целью уменьшения последствий последней или репозиционирование, т. е. изменение понимания и восприятия имиджа служащих целевой аудиторией.

В субъектах Российской Федерации основным инструментом формирования имиджа государственных гражданских Российской Федерации и муниципальных служащих являются основополагающие документы:

¹ Рыбкина М. В. Формирование имиджа органов власти : учебно-методическое пособие / сост. М. В. Рыбкина. Ульяновск : УлГТУ, 2022. 129 с.

— Федеральный закон от 27.07.2004 № 79-ФЗ «О государственной гражданской службе РФ»¹.

— Типовой кодекс этики и служебного поведения государственных служащих Российской Федерации и муниципальных служащих, одобренный решением президиума Совета при Президенте Российской Федерации по противодействию коррупции от 23 декабря 2010 года (протокол № 21)².

— Методика формирования и развития профессиональной культуры государственного органа³.

— Стандарт внешнего вида государственных гражданских и муниципальных служащих, разрабатываемые непосредственно в субъектах, в соответствии с основными нормами, традициями и особенностями субъекта.

Федеральный закон «О государственной гражданской службе РФ» в соответствии с Конституцией Российской Федерации устанавливает правовые, организационные и финансово-экономические основы государственной гражданской службы Российской Федерации.

Типовой кодекс представляет собой свод общих принципов профессиональной служебной этики и основных правил служебного поведения, которыми должны руководствоваться государственные служащие Российской Федерации и муниципальные служащие независимо от замещаемой ими должности, и является основой для разработки соответствующими государственными органами и органами местного самоуправления кодексов этики и служебного поведения государственных служащих Российской Федерации и муниципальных служащих. Кодекс включает в себя общие положения, основные принципы и правила служебного поведения государственных (муниципальных) служащих, рекомендательные этические правила служебного поведения государственных (муни-

ципальных) служащих, ответственность за нарушение положений Типового кодекса.

Методика формирования и развития профессиональной культуры государственного органа освещает необходимость формирования профессиональной культуры государственного органа: ценности и миссия, принципы и правила поведения государственных гражданских служащих; повышения осведомленности о профессиональной культуре государственного органа; интеграции профессиональной культуры государственного органа в основные направления кадровой работы; инструкции для руководящего состава по развитию профессиональной культуры государственного органа.

Стандарт внешнего вида государственных гражданских и муниципальных служащих представляет собой правила при выборе одежды, аксессуаров, прически, макияжа. Целью стандарта является формирование положительного имиджа служащего, вызывающего доверие и уважение граждан, организаций и общества, содействие укреплению авторитета гражданских служащих, доверия граждан к государственному органу.

Выводы

Анализ представленных документов позволяет сделать выводы о том, что все они, в той или иной степени, направлены на формирование положительного имиджа государственных гражданских и муниципальных служащих. Но ни в одном из представленных документов, на взгляд автора, нет технологий формирования имиджа государственных гражданских и муниципальных служащих, направленных не только на внешний образ и поведение служащих, но и на формирование долгосрочной стратегии управления существующими ожиданиями населения и желаемыми по мнению органов власти их ожиданиями. Кроме того в большинстве субъектов Российской Федерации, формированием имиджа служащих и взаимодействием с населением осуществляется разными структурными подразделениями, в первом случае кадровыми службами, во втором — департаментами по связям с общественностью или аналогичными по названию структурами. При этом у служб связей с общественностью, существует изначальная установка на «информирование» населения, это сразу снижает коммуникационный потенциал этих структурных подразделений организации. Отсутствует необходимость проведения исследований ожиданий целевой аудитории и внесение корректив в продвижение сформированного имиджа из-за наличия разобщенности в целях и задачах структур управления и меняющихся потребностей современного общества.

¹ Федеральный закон от 27.07.2004 № 79-ФЗ «О государственной гражданской службе РФ» [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_48601/f2098ea2a02649dbfb564c92c24dd4b4acf46eff/

² Типовой кодекс этики и служебного поведения государственных служащих Российской Федерации и муниципальных служащих (одобрен решением президиума Совета при Президенте Российской Федерации по противодействию коррупции от 23 декабря 2010 года (протокол № 21). ИПО «Гарант» [Электронный ресурс]. URL: <https://base.garant.ru/55171108/>

³ Методика формирования и развития профессиональной культуры государственного органа (разработана Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации) [Электронный ресурс]. URL <https://mintrud.gov.ru/ministry/programms/gossluzhba/16/15>

Для формирования позитивного имиджа государственных гражданских и муниципальных служащих и его продвижения, необходима общая особая коммуникационная среда, позволяющая управленческим структурам органов власти объединиться в достижении общей цели, осуществлять быстрый и своевременный обмен информацией в процессе взаимодействия друг с другом и с населением субъекта Российской Федерации. Создание эффективной коммуникационной среды — одна из задач современной реалии государственного и муниципального управления. Причем задача сложная, так как коммуникационная среда уже существует, но по результатам ее деятельность направлена на сохранение и соответствие существующих стандартов имиджа, должна быть направлена на управление ожиданиями. Для решения данной задачи необходимо более активно привлекать научное сообщество, так как в данной сфере оно обеспечит системный подход к формированию имиджа служащих, позволит создать конструкт символической реальности и феномен общественного сознания, то есть специфический результат целенаправленного конструирования, с постановкой цели, задач и путей формирования и методов эффективного воздействия на массовое сознание населения.

Проблемой остается и то, что имидж государственных гражданских и муниципальных служащих строго регламентирован, и немногие руководители субъектов одобряют инициативу внесения корректировок и изменений в существующие стандарты, даже если они объективно будут приняты положительно населением, проживающим в данном субъекте. Тем не менее необходимость внесения изменений в сложившиеся условия работы и нормативно-правовые документы будет ответом органов исполнительной и муниципальной власти на запросы населения, а также инструментом управления данными запросами.

Информация о конфликте интересов

Мы, авторы данной статьи, со всей ответственностью заявляем о частичном и полном отсутствии фактического или потенциального конфликта интересов с какой бы то ни было третьей стороной, который может возникнуть вследствие публикации данной статьи.

ЛИТЕРАТУРА

1. Зеленцова С. Ю. Государственные программы как инструмент подготовки и развития кадров государственного и муниципального управления в субъектах РФ / С. Ю. Зеленцова,

Н. Ю. Кауфман // Регион: система, экономика, управление. — 2022. — № 1 (56). — С. 49—53.

2. Рыбкина М. В. Формирование имиджа органов власти : учебно-методическое пособие / сост. М. В. Рыбкина. — Ульяновск : УЛГТУ, 2022. — 129 с.

3. О государственной гражданской службе РФ : федерю закон от 27.07.2004 № 79-ФЗ [Электронный ресурс]. — URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_48601/f2098ea2a02649dbfb564c92c24dd4b4acf46eff/

4. Типовой кодекс этики и служебного поведения государственных служащих Российской Федерации и муниципальных служащих (одобрен решением президиума Совета при Президенте Российской Федерации по противодействию коррупции от 23 декабря 2010 года (протокол № 21). ИПО «Гарант» [Электронный ресурс]. — URL: <https://base.garant.ru/55171108/>

5. Методика формирования и развития профессиональной культуры государственного органа (разработана Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации) [Электронный ресурс]. — URL: <https://mintrud.gov.ru/ministry/programms/gossluzhba/16/15>

LITERATURE

1. Zelentsova S. Yu. State programs as a tool for training and development of personnel of state and municipal management in the subjects of the Russian Federation / S. Yu. Zelentsova, N. Yu. Kaufman // Region: system, economics, management. — 2022. — № 1 (56). — Pp. 49—53.

2. Rybkina M. V. Formation of the image of authorities: an educational and methodological guide / comp. M. V. Rybkina. — Ulyanovsk : UISTU, 2022. — 129 p.

3. On the State Civil Service of the Russian Federation : Federal Law No. 79-FZ of 27.07.2004 [Electronic resource]. — URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_48601/f2098ea2a02649dbfb564c92c24dd4b4acf46eff/

4. The Model Code of Ethics and Official Conduct of Civil Servants of the Russian Federation and Municipal Employees (approved by the decision of the Presidium of the Council under the President of the Russian Federation on Combating Corruption dated December 23, 2010 (Protocol No. 21). IPO «Garant» [electronic resource]. — URL: <https://base.garant.ru/55171108/>

5. The methodology of formation and development of professional culture of the state body (developed by the Ministry of Labor and Social Protection of the Russian Federation) [electronic resource]. — URL: <https://mintrud.gov.ru/ministry/programms/gossluzhba/16/15>