

УДК 352

Кельина Юлия Романовна, магистрант 1 курса Института экономики и управления Курского государственного университета

e-mail: keljina2012@yandex.ru

УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА ПУБЛИЧНОГО ЛИЦА С УЧЕТОМ КРИТЕРИЕВ «ЭТАЛОННОГО» ИМИДЖА

Аннотация: в статье рассматриваются условия, при которых может быть сформирован положительный имидж главы муниципального образования, а также существующие критерии, составляющие основу «эталонного» имиджа. Также в статье рассматриваются значение доверия населения в формировании имиджа; разновидности имиджа; сущность стратегии создания положительного имиджа главы муниципального образования и его взаимосвязь со средствами массовой информации, а также составляющие процесса имиджирования.

Ключевые слова: глава муниципального образования, позитивный имидж, доверие населения, эффективное взаимодействие, коммуникативные проблемы, средства массовой информации, компетенции, общественное мнение.

Kelina Yuliya Romanovna, 1st year Master's student of the Institute of Economics and Management of Kursk State University

e-mail: keljina2012@yandex.ru

CONDITIONS FOR THE FORMATION OF A POSITIVE IMAGE OF A PUBLIC PERSON, TAKING INTO ACCOUNT THE CRITERIA OF THE «REFERENCE» IMAGE

Abstract: the article attempts to identify the factors influencing the formation of the image of the head of the municipality, as well as the criteria of the «reference»

image. The article also discusses the importance of trust in the formation of an image, a variety of image; the essence of the strategy for creating a positive image of the head of a municipality and its relationship with the media, as well as the components of the image-making process.

Keywords: head of the municipality, positive image, public confidence, effective interaction, communication problems, mass media, competencies, public opinion.

Имидж главы муниципального образования формирует у населения две модели поведения: нацеленность на сотрудничество с муниципальной властью и нежелание вступать в какое-либо взаимодействие с ней.

Основопологающим для главы муниципального образования является следование требованиям федеральных законов, так называемых законодательных ограничений, регламентирующих профессиональную деятельность главы муниципального образования и предусматривающих ответственность за нарушение требований действующего законодательства. Это Конституция Российской Федерации; Федеральный закон от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»; Федеральный закон от 02.03.2007 № 25-ФЗ «О муниципальной службе в Российской Федерации» и Типовой кодекс этики и служебного поведения государственных служащих Российской Федерации и муниципальных служащих.

Эти нормативные правовые акты определяют поведение лиц, замещающих муниципальную должность, и выступают сводом общепринятых правил профессиональной этики и соответствия поведения требованиям, предъявляемым к замещающей муниципальной должности. Глава муниципального образования заинтересован в доведении целей, задач и результатов его деятельности и деятельности органов муниципальной власти до населения, которое, в свою очередь, должно оценить реализуемые мероприятия и высказать свое доверие или недоверие главе муниципального образования или работе органов муниципальной власти в целом [9, с.184].

Для главы муниципального образования важно конструктивное сотрудничество с населением на принципах доверия [4, с.15], которое выступает ключевым управленческим ресурсом в системе взаимодействия органов муниципальной власти и населения. Оно будет эффективным, если органы муниципальной власти придерживаются системности, адекватности и мобильности. Значительное место в вопросе эффективного взаимодействия населения и органов муниципальной власти занимают процессы формирования, функционирования и управления общественным сознанием в том числе посредством деятельности средств массовой информации. СМИ воздействуют на массовое сознание и личность человека, формируя общественное мнение и стереотипы массового сознания. Таким образом, СМИ являются инструментом построения доверительных отношений между населением и органами муниципальной власти [4, с.17].

Одной из причин недоверия населения к главе муниципального образования являются коммуникативные проблемы [2, с.79]. Это нарушение коммуникативного пространства или игнорирование запросов участников коммуникативного процесса. Имидж как составляющая рационального социального управления помогает преодолеть коммуникативные проблемы. Имидж одновременно является воплощением требований к лицу, замещающему муниципальную должность, и ожиданий населения. Имидж позволяет ускорить достижение поставленной цели через внушение, убеждение и мнение, а также расширение сфер влияния за счет привлечения новой целевой аудитории. Имидж является значимым способом установления и сохранения доверительных отношений между общественностью и органом власти.

Работу по налаживанию взаимодействия между главой муниципального образования и населением выполняют управления по PR, лица, ответственные за связи с прессой и другие функциональные подразделения местных органов муниципальной власти. К примеру, управление информации и печати (Курск), управление информации и массовых коммуникаций (Белгород), управление информации (Воронеж), отдел взаимодействия со СМИ (Липецк), управление по

взаимодействию со средствами массовой информации и аналитической работе администрации (Орел) и др.

Имидж главы муниципального образования формируется [5] из таких черт, как индивидуально-личностные, социальные, личностно-энергетические, социально-энергетические и социально-нравственные. Для эффективного взаимодействия органов муниципальной власти и населения используется комплексный имидж, включающий позитивный корпоративный и персональный имиджи главы муниципального образования и органов муниципального образования в целом. При формировании имиджа главы муниципального образования особое значение имеют имиджи вербальный и габитарный, посредством которых реализуются принципы адекватности, мобильности, гибкости и открытости.

Вербальный имидж включает в себя качества личности, темперамент, волевую и эмоциональную сферы, коммуникативные особенности и др., а также социально-ролевые и профессиональные особенности деятельного поля главы муниципального образования. Здесь важна самопрезентация. Габитарный имидж основывается на статусном внешнем облике главы муниципального образования и является источником оценочного суждения. Он может подчеркнуть его индивидуальность с учетом наиболее востребованных черт личности у населения. Габитарный имидж может усилить восприятие представителей общественности, которое возникает на основе устойчивого положительного чувства, способствующего формированию привязанности, дружеских чувств, симпатии или любви. За счет него можно преодолеть коммуникационную пропасть между главой муниципального образования и населением.

Резюмируя, положительный имидж главы муниципального образования представляет собой квинтэссенцию вышеперечисленного и направлен в том числе на установление и поддержание политической и эмоциональной связи между главой муниципального образования и населением. Фигурально, он должен стать отцом горожанам, разделяя и разрешая их вопросы и проблемы во всех сферах жизнедеятельности. Глава муниципального образования должен

обладать такими качествами, как коммуникабельность, эмпатичность, рефлексивность и красноречивость.

Формирование позитивного имиджа — сложный и многоэтапный процесс, требующий значительных материальных затрат. Их размер зависит от многих факторов, среди которых — электоральные циклы.

Обобщая вышесказанное, следует заключить, что имидж главы муниципального образования зависит от ряда факторов [3, с.148], в том числе возможностей лояльных СМИ, создающих образ порядочного, добросовестного, отзывчивого и внимательного руководителя. Этим нужно руководствоваться при разработке стратегии создания положительного имиджа главы муниципального образования. Ее открытость и адаптивность помогают не допускать образования коммуникационных пропастей во взаимодействии между главой муниципального образования, органов муниципального образования и населения.

Стратегия создания положительного имиджа главы муниципального образования должна опираться на эффективное использование таких компетенций, как компетенции в сфере повышения эффективности муниципального управления (умение давать оценку политических последствий и результатов проводимой политики и реагировать на вызовы внешней среды и т.п.), компетенции в сфере повышения эффективности взаимодействия власти и общества (умение работать в широком публичном поле и т.п.), компетенции в сфере открытости органов муниципальной власти (умение взаимодействовать со СМИ, умение диагностировать общественное мнение и т.п.), политико-коммуникационные компетенции и др. [1, с. 189]

Немаловажными деталями имиджа главы муниципального образования являются умение быть командным игроком, знание основных положений дипломатического протокола и погруженность в геополитику и геополитические тренды, а также свободное и уверенное владение коммуникациями и информационными технологиями.

Суммировав результаты работ отечественных исследователей по проблеме

создания и поддержания уровня имиджа политического актора, можно прийти к следующему выводу. Процесс имиджирования необходимо осуществлять комплексно сразу в нескольких направлениях: непосредственно внутри самого института муниципальной службы, напрямую воздействуя на самих работников органов муниципальной службы, и во внешней среде, оказывая влияние на общественное мнение, во многом через СМИ.

Для создания положительного имиджа главы муниципального образования требуется его целеполагание в этом направлении, повышение уровня квалификаций, самообразование, которые позволят сформировать и корпоративный, и индивидуальный имиджи.

Ссылки на источники:

1. Слатинов В.Б. Политико-административные эффекты трансформации систем управления региональными столицами в условиях муниципальной реформы (на материалах областей Центрального Черноземья). В книге: XI Южнороссийский политологический конвент «Современная парадигма государственных интересов: концепт и постсоветская реальность». Сборник тезисов Всероссийской онлайн-конференции с международным участием. Ростов-на-Дону — Таганрог. 2021. С. 181-191.
2. Мишон Е. В. Комплексный имидж государственной власти как инструмент социального управления // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2021. № 1. — С. 76–85.
3. Трифонова А. П. Теоретические аспекты формирования имиджа государственного служащего // Бурятский государственный университет имени Доржи Банзарова. ISCIENCE.IN.UA Актуальные научные исследования в современном мире. — 2018. — № 69 — ч. 2. — С. 147–151.
4. Орлова В. Н. Позитивный имидж государственных гражданских служащих как основа развития управленческой культуры // Управленческое консультирование. — 2016. — № 7. — С. 14–18.
5. Шикарева Е.Е. Имидж государственного служащего: основные

характеристики, классификация, этапы реформирования // Полис: политические исследования. — 2011. — № 4. — С. 82–93.

6. Федеральный закон от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» // Российская газета. — 2003. — 8 октября.

7. Федеральный закон от 02.03.2007 № 25-ФЗ «О муниципальной службе в Российской Федерации» // Российская газета. — 2007. — 7 марта.

8. Сергеева Т.А., Савченко И.А. Проблема имиджа государственных служащих в России // Вестник университета. — 2020. — № 5. — С. 32–40.

9. Ширяева В.А., Ленская И.Ю. Доверие населения к органам муниципальной власти как основа активного участия граждан в общественной жизни муниципального образования: современное состояние // Вестник экономики, права и социологии. — 2017. — № 1. — С. 42–53.