

**Список литературы**

1. Антаева Л.Г., Паулов П.А. Коррупция в современной России: проблемы противодействия [Текст] // Правовое регулирование деятельности хозяйствующего субъекта: сб. статей. - Самара, 2016. - С. 11-14;
2. О противодействии коррупции: Закон Российской Федерации № 273-ФЗ от 25.12.2008г. // Доступ из справоч. - правовой системы "КонсультантПлюс".
3. Сайт Администрации городского округа Самара. Режим доступа: <http://samadm.ru/>;
4. Социально-экономические аспекты коррупции: проблемно-тематический сборник. - М.: ИНИОН РАН, 2002. - С. 78.

© Т.С. Кожемякина, 2018

**УДК 34**

**Т.С. Кожемякина**

магистрант

**П.А. Паулов**

кандидат юридических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

г. Самара, Россия

**ПРОБЛЕМА ИМИДЖА ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ  
В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ**

Государственные учреждения, являясь полноценными самостоятельными субъектами административного права, выступают одним из основных элементов механизма реализации государственной власти в Российской Федерации. Практически нет ни одной сферы жизни государства и общества, где бы не функционировали государственные учреждения[5]. Однако, существует проблема, связанная с формированием позитивного имиджа государственного служащего, которая является актуальной в контексте взаимодействия органов государственной власти с гражданским обществом.

Важным условием для формирования позитивного имиджа человека или организации является наличие знания о его деятельности у заинтересованных лиц. То есть, чтобы у населения конкретный чиновник или конкретный орган государственной власти воспринимался позитивно, необходимо, чтобы население понимало предмет деятельности и осознавало, что полномочия осуществляются эффективно.

Профессиональная деятельность государственных служащих безусловно значима и важна, потому что они олицетворяют государство, выступая представителями и носителями реальной власти, помогающими или препятствующими реализации потребностей и интересов людей. Поэтому оценка профессиональной деятельности чиновников включает оценку результатов своей деятельности самими субъектами, так и оценки результата их деятельности в обществе.

Субъективные оценки эффективности государственной службы, в основном, базируются на восприятии характера взаимоотношений между обществом и властью, имиджа государственных служащих, сложившегося в массовом сознании. Не редко личный опыт граждан при

взаимодействии с конкретными чиновниками обобщается в имидж государственных служащих в целом, а в обыденном сознании бытует мнение, что прежде всего нравственные качества государственных служащих определяют качество и оценку работы государственного органа власти.

Имидж определяет и фиксирует степень соответствия действий государственных органов требованиям и ожиданиям конкретных социальных групп и общества в целом. Формирование позитивного имиджа государственной службы государственных служащих является необходимым условием эффективного функционирования и развития данного социального института.

В Российском законодательстве это отражено следующим образом: Указ Президента РФ от 12 августа 2002 г. № 885 "Об утверждении общих принципов служебного поведения государственных служащих" устанавливает требования к служебному поведению государственных гражданских служащих, направленные на повышение доверия общества к государственным институтам, обеспечение условий для добросовестного и эффективного исполнения государственными служащими должностных (служебных) обязанностей, исключение злоупотреблений на государственной службе. В основе таких требований - ожидания честности и неподкупности служащих, их верности государству и закону. Они призваны обеспечить добросовестное исполнение должностных обязанностей, соблюдение установленных запретов и ограничений, соответствие служебного поведения правовым предписаниям и общепринятым этическим нормам [5].

Разработкой проблематики, связанной с имиджем, занимаются практическая психология, юриспруденция, социология, политология, педагогика, и другие научные дисциплины. Интенсивно и целенаправленно развивается рынок имдж-мейкинга - коммуникационной технологии, способствующей моделированию и поддержанию благоприятного имиджа организации, конкретной личности, определённого продукта или идеи среди общественности и представителей широких социальных групп.

Один из ведущих специалистов в области имиджологии Е.Б. Перельгина даёт следующее понятие "имидж - это есть создаваемый образ, то есть образ, возникающий в результате определенной деятельности, работы" [3]. Более четкое понятие определение дают В.Г. Зазыкина и Е.Н. Богданова: "имидж - это не что иное, как специально сконструированный психологический образ, создаваемый с вполне определёнными целями". В трудах И.П. Кузьмина, В.М. Шепеля данное понятие рассматривается как "сложившийся в массовом сознании и имеющий характер стереотипа, сильно эмоционально окрашенный образ чего-либо или кого-либо" [1, 2].

Рассмотрим, какие же черты присущи имиджу, как образу: в первую очередь, это субъективность (возможность оценить его по отношению и оценкам окружающих, проявляющимся в общении, деятельности, выборе); во-вторых, эмоциональность (сочетание желательных и реалистичных черт); в-третьих, неустойчивость (требует постоянного подкрепления) [1].

Негативное позиционирование в средствах массовой информации, социальных сетях постов содействует снижению доверия к субъекту и разрушению позитивного имиджа чиновника и системы государственной службы, проявлениями чего являются следующие факторы:

высокий уровень бюрократии, коррупция, недостаточно внимательное отношение к интересам граждан, нехватка высококвалифицированных молодых специалистов либо недостаточный уровень квалификации существующего штата государственных служащих, многочисленное количество негативных оценок работы государственных органов и недобросовестное выполнение государственными служащими своих функций. Всё это влечёт за собой негативный образ государственного служащего и государственной службы в целом и соответственно для всей системы государственного управления.

При выявлении факторов, влияющих на формирование имиджа государственного служащего целесообразно рассматривать имидж государственного органа в целом, так как среда, в которой можно оценить результаты деятельности государственного служащего, неразрывно связана с его имиджем.

Одним из самых эффективных способов формирования положительного имиджа организации является взаимодействие со средствами массовой информации. Сюда можно отнести издание информационных материалов для СМИ, которые могут быть в виде текстовых материалов (статьи, пресс-релизы, годовые отчеты, фото- и видеоматериалы). Общеизвестно, что те организации, которым удаётся установить хорошие двусторонние связи со СМИ имеют не только широкую известность, но что и не мало важно - хорошую репутацию.

Имидж государственного служащего может формироваться естественным и искусственным путем. Естественный имидж появляется в ходе взаимодействия чиновника с представителями общественности, при общении с коллегами по работе. Искусственный имидж государственного служащего - это плод работы рекламы и разнообразных PR-акций.

Нужно отметить, что необходимость искусственного поддержания положительно имиджа существует у каждого государственного служащего. Государственному служащему недостаточно просто выполнять свою работу качественно, каждому чиновнику необходимо делать вклад в позитивный образ той государственной организации, в которой он работает, чтобы у населения возникали положительные ассоциации при упоминании государственного учреждения и чиновников.

На сегодня создание коллективного позитивного образа чиновничества как особой социально-профессиональной группы общества - задача в том числе и специализированных подразделений государственных органов по связям с общественностью. Следует подчеркнуть, что в основе этого специально создаваемого имиджа должен лежать опыт, складывающийся в результате практической деятельности гражданских служащих и лиц, замещающих государственные должности.

### **Список литературы**

1. Зазыкин, В. Г., Белоусова, И. Э. Психологические характеристики эффективного политического имиджа [Текст] / В. Г. Зазыкин, И. Э. Белоусова. - М. : 1999;
2. Зазыкин, В. Г. Психологические основы "паблик рилейшнз" [Текст] / В. Г. Зазыкин. - М. : Карьера-информ, 2001
3. Политическая имиджелогия / под ред. А. А. Деркача, Е. Б. Перелыгиной. М., 2006;

4. Паулов П.А., Курушин С.А., Гурин А.И. О содержании административно-правового статуса государственных учреждений [Текст] // Правовое регулирование деятельности хозяйствующего субъекта: сб. статей. - Самара, 2014. - С. 147-150;

5. Указ Президента РФ от 12 августа 2002 г. № 885 "Об утверждении общих принципов служебного поведения государственных служащих" [Текст]: офиц. текст. - М.: 2002.

© Т.С. Кожемякина, П.А. Паулов, 2018

УДК 342.1.

**О.Ю. Кузьмина**

магистрант

**П.А. Паулов**

к.ю.н., доцент

Самарский государственный экономический университет

г. Самара, Россия

## **КОНСТИТУЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ**

Местное самоуправление в России - это форма осуществления народом своей власти, которая обеспечивает самостоятельность и ответственность принимаемых решений населением непосредственно или через органы местного самоуправления вопросов местного значения.

Местное самоуправление это одна из основ конституционного строя РФ, признается, гарантируется и осуществляется на всей территории страны, разделенной на муниципальные образования. Под муниципальным образованием следует понимать городское или сельское поселение, муниципальный район, городской округ либо внутригородскую территорию города федерального значения (г. Москва и г. Санкт-Петербург

местного Са г лЦ ня а