

Международный научно-исследовательский журнал

«Прогрессивная экономика»

№ 4 / 2024 https://progressive-economy.ru/vypusk_1/aktualnye-aspekty-formirovaniya-imidzha-sistem-mestnogo-samoupravleniya/

Научная статья / Original article

Шифр научной специальности ВАК: 5.2.7

УДК 330.34:334.012.33

DOI: 10.54861/27131211_2024_4_248



АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА СИСТЕМ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ

*Нещерет А.К., кандидат экономических наук, доцент, Институт проблем
региональной экономики Российской академии наук, г. Санкт-Петербург,
Россия*

*Иванов Е.Ю., аспирант, Институт проблем региональной экономики
Российской академии наук, г. Санкт-Петербург, Россия*

Аннотация. Цель статьи заключается в исследовании актуальных аспектов формирования имиджа систем местного самоуправления. Авторами рассмотрены основные принципы формирования коммуникационных стратегий с акцентом на медиа и общественные отношения. На примере анализа официальных интернет-страниц органов местного самоуправления города Санкт-Петербурга получены выводы, что официальный сайт Совета муниципальных образований соответствует критериям доступности и удобства использования, открытости и прозрачности, адаптивности и мобильной совместимости. Однако критерии качества информации, визуального дизайна и взаимодействия с общественностью не получают высокой оценки. Анализ сообщества в социальной сети ВКонтакте показал, что отсутствие прямых каналов коммуникации, таких как чаты и форумы для обсуждений на официальных ресурсах Совета муниципальных образований, снижает эффективность взаимодействия с жителями и не позволяет реализовать потенциал коммуникационных стратегий. На основе анализа актуальных аспектов формирования имиджа систем местного самоуправления предложены следующие рекомендации: сотрудничество с блогерами и лидерами мнений, взаимодействие со средствами массовой информации, активное присутствие в социальных сетях, включающее размещение информационных материалов, а также активное реагирование на конструктивные и негативные комментарии от граждан. Увеличение эффективности уже имеющихся инструментов маркетинговых коммуникаций в процессе формирования позитивного имиджа органов муниципальной власти выступает одним из ключевых направлений работы в данном направлении.

Ключевые слова: местное самоуправление, муниципалитеты, имидж муниципальной власти, государственное управление, коммуникационная стратегия.

CURRENT ASPECTS OF THE FORMATION OF THE IMAGE OF LOCAL GOVERNMENT SYSTEMS

Neshcheret A.K., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Institute of Regional Economics of the Russian Academy of Sciences, St. Petersburg, Russia

Ivanov E.Yu., Postgraduate student, Institute of Regional Economics of the Russian Academy of Sciences, St. Petersburg, Russia

Abstract. The purpose of the article is to study the relevant aspects of the formation of the image of local government systems. The authors consider the basic principles of the formation of communication strategies with an emphasis on media and public relations. Using the example of the analysis of the official Internet pages of local governments of the city of St. Petersburg, the conclusions were obtained that the official website of the Council of Municipalities meets the criteria of accessibility and usability, openness and transparency, adaptability and mobile compatibility. However, the criteria for the quality of information, visual design and interaction with the public are not highly appreciated. An analysis of the community on the VKontakte social network showed that the lack of direct communication channels, such as chat rooms and discussion forums on the official resources of the Council of Municipalities, reduces the effectiveness of interaction with residents and does not allow realizing the potential of communication strategies. Based on the analysis of relevant aspects of the formation of the image of local government systems, the following recommendations are proposed: cooperation with bloggers and opinion leaders, interaction with the media, an active presence on social networks, including the placement of information materials, as well as an active response to constructive and negative comments from citizens. Increasing the effectiveness of existing marketing communication tools in the process of forming a positive image of municipal authorities is one of the key areas of work in this direction.

Keywords: local government, municipalities, image of municipal government, public administration, communication strategy.

JEL classification: D73, I28, O38.

Для цитирования: Нещерет А.К., Иванов Е.Ю. Актуальные аспекты формирования имиджа систем местного самоуправления // Прогрессивная экономика. 2024. № 4. С. 248–259. DOI: 10.54861/27131211_2024_4_248.

Статья поступила в редакцию: 22.04.2024 г. Одобрена после рецензирования: 02.05.2024 г. Принята к публикации: 03.05.2024 г.

For citation: Neshcheret A.K., Ivanov E.Yu. Current aspects of the formation of the image of local government systems // Progressive Economy. 2024. No. 4. pp. 248–259. DOI: 10.54861/27131211_2024_4_248.

The article was submitted to the editorial office: 22/04/2024. Approved after review: 02/05/2024. Accepted for publication: 03/05/2024.

Введение

Местное самоуправление играет важную роль в организации общественной жизни, поскольку именно деятельность муниципальных образований позволяет гражданам принимать участие в управлении государственными делами. Формирование положительного имиджа системы органов местного самоуправления является необходимым условием формирования высокого уровня доверия населения к государственным органам, обеспечения высокой вовлеченности граждан в принятие управленческих решений и повышения эффективности деятельности муниципалитетов. Необходимость систематического формирования имиджа местного самоуправления обосновывается тем, что без целенаправленных усилий процесс создания образа может подвергаться случайным воздействиям информации, иногда даже под воздействием негативных PR-практик, что в большинстве случаев не соответствует желаемому образу, который стремится установить руководство организации. Результатом является тот факт, что такой образ редко оказывается положительным [7]. Проблематику управления имиджем органов местного самоуправления актуализирует Президент Российской Федерации В.В. Путин, отмечая, что муниципальные власти должны поддерживать постоянную связь с населением, внимательно воспринимать их мнения и пожелания, а также оперативно отвечать на вопросы граждан [1].

Поскольку успешное управление и решение социально-экономических задач на местном уровне тесно связаны с уровнем доверия и поддержки со стороны общественности, *цель* настоящего исследования заключается в исследовании актуальных аспектов формирования имиджа систем местного самоуправления. На основе выявленной проблематики авторами предлагаются рекомендации по повышению эффективности стратегий, направленных на формирование благоприятного имиджа систем местного самоуправления.

Обзор литературы

Имидж органов публичной власти представляет собой образ, создаваемый в общественном сознании с целью воздействия на общественное мнение и получения поддержки со стороны населения [3]. В контексте муниципального управления имидж можно определить как комплексный и устойчиво сформированный в сознании населения определенного муниципального образования образ, определяющий эмоциональные аспекты восприятия деятельности органов местного самоуправления [6]. Таким образом, понятие имиджа в контексте государственной службы можно определить как представление об образе, выработанном на основе восприятия деятельности органов местного самоуправления.

Обеспечение высокой эффективности государственного управления и создание условий для социально-экономического развития тесно связаны с управлением имиджем на всех уровнях власти [5]. Значимость имиджа государственного служащего для эффективного исполнения его профессиональных обязанностей обусловлена тремя социальными

функциями: идентификацией, идеализацией и противопоставлением. Идентификация обеспечивает узнавание образа государственного служащего, идеализация – представление о личностных и профессиональных характеристиках такого служащего, а противопоставление позволяет отличить государственного служащего от представителей других профессий [4].

Для установления благоприятного образа требуется решить определенные задачи, направленные на целенаправленное формирование позитивного восприятия деятельности местных органов власти у жителей муниципалитета. Ключевые составляющие имиджа органов местного самоуправления включают в себя внешний, внутренний и неосязаемый аспекты (рис. 1). Внутренний имидж формируется на основе культуры и ценностей организации, а также особенностей взаимоотношений между сотрудниками. Эмоциональное состояние персонала и отношение к работе также оказывает влияние на формирование общего коллективного образа органов местного самоуправления и государственной службы в целом. Данные неосязаемые аспекты имиджа играют ключевую роль в формировании общественного восприятия и оказывают значительное влияние на репутацию администрации, наравне с более очевидными и осязаемыми элементами имиджа [7]. Описанные факторы оказывают существенное влияние на общественное мнение о должностных лицах государственной службы и репутацию органов местного самоуправления.

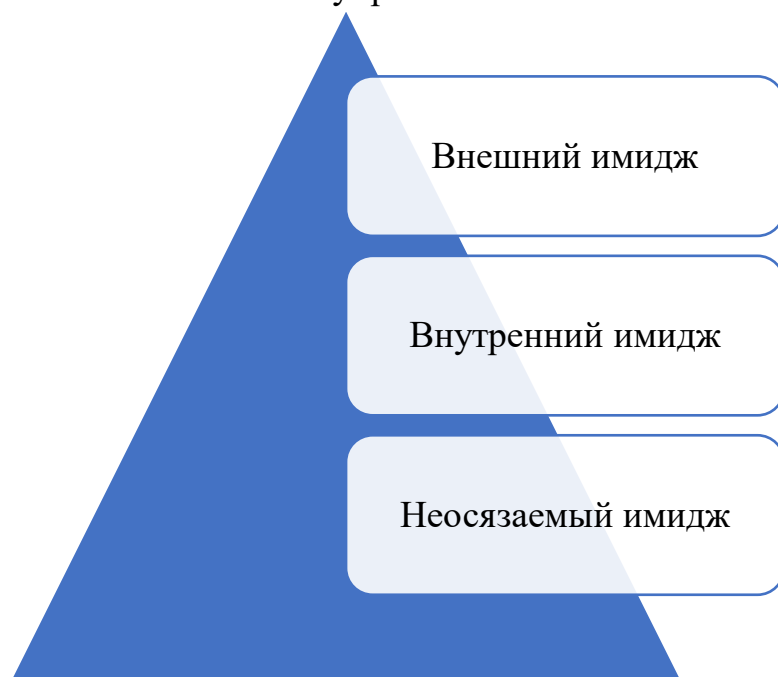


Рис. 1. Ключевые составляющие имиджа органов местного самоуправления

Источник: составлено авторами по данным [7]

Внешний имидж муниципальных органов определяется тем, как общество, СМИ, инвесторы и другие заинтересованные стороны

воспринимают деятельность данных организаций [7]. Средства массовой информации являются ключевым каналом взаимодействия с обществом, а коммуникация через социальные сети оказывает влияние прежде всего на внешний имидж организаций. Посредством социальных сетей муниципальные органы могут формировать свое восприятие в глазах широкой аудитории, а также демонстрировать свою деятельность, ценности и достижения. Однако в научном дискурсе данные вопросы не получают должного освещения, что обуславливает практическую и теоретическую значимость исследования.

Материалы и методы

В контексте исследования авторами используются следующие методы научного познания: анализ, синтез, обобщение и систематизация информации. Актуальные аспекты формирования имиджа систем местного самоуправления анализируются на примере Интернет-сайта и официальной страницы в социальной сети ВКонтакте Совета муниципальных образований города Санкт Петербурга, созданного в декабре 2005 г. с целью организации взаимодействия органов местного самоуправления.

Результаты и обсуждение

Для достижения поставленной цели исследования рассмотрим проблематику формирования внешнего имиджа органов местного самоуправления, поскольку именно формирование внешнего имиджа включает улучшение качества предоставляемых услуг, управление восприятием посредством рекламы и общественной деятельности, связям с масс-медиа и инвесторами, а также создание положительного образа государственных служащих. Целенаправленная деятельность, ставящая своей целью улучшение восприятия органов самоуправления со стороны населения, должна стать неотъемлемым элементом систем планирования на местном уровне власти. Ключевые средства формирования имиджа связаны с коммуникационной политикой, направленной на создание и распространение информации от организации с целью достижения ее целей. В рамках этой политики разрабатываются стратегии продвижения и проводятся все необходимые маркетинговые мероприятия, направленные на формирование положительного восприятия деятельности органов местного самоуправления (рис. 2).

Медиа и общественные отношения	• Использование СМИ для распространения позитивной информации о работе и достижениях местных властей. • Взаимодействие с журналистами, организация пресс-конференций, публикация пресс-релизов и интервью позволяют управлять образом органов местного самоуправления в глазах общественности.
Публичные мероприятия	• Организация мероприятий, таких как форумы, конференции, встречи с общественностью, публичные слушания и дискуссии, способствует активному взаимодействию между местными властями и жителями, а также улучшению имиджа.
Информационные материалы	• Создание информационных материалов, презентаций и видеоматериалов, которые четко и доступно представляют деятельность и достижения органов местного самоуправления с целью обеспечения информационной прозрачности и создания позитивного восприятия.

Рис. 2. Основные инструменты формирования имиджа органов местного самоуправления

Источник: составлено авторами по данным [10]

Имидж органов местного самоуправления формируется через взаимодействие и обмен информацией с населением. Использование коммуникативной модели позволяет анализировать процесс формирования имиджа среди населения на определенной территории. Коммуникативная модель предполагает участие всех заинтересованных сторон в процессе обмена информацией, постановку целей и задач, а также установление эффективного диалога для достижения взаимопонимания и согласия. Согласованные коммуникативные действия, учитывающие интересы всех сторон, способствуют установлению диалога и демонстрируют открытость органов местного самоуправления перед гражданами [1].

Федеральный закон «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» предоставляет четкие указания относительно использования сети Интернет для размещения информации о деятельности государственных органов, органов местного самоуправления и подведомственных им организаций [9]. Исходя из положений закона, можно сформулировать коммуникационную стратегию. В соответствии с требованиями, органы местного самоуправления создают официальные сайты или страницы для размещения информации о своей деятельности в сети Интернет, размещать актуальную информацию о собственной деятельности на официальных страницах, включая отчеты о проделанной работе, актуальные новости, освещать проводимые мероприятия и другую существенную информацию.

Органы местного самоуправления взаимодействуют с пользователями информацией на своих официальных страницах, включая ответы на вопросы,

предоставление обратной связи, проведение онлайн-консультаций и обсуждений; использовать инфраструктуру, обеспечивающую информационно-технологическое взаимодействие информационных систем, предоставлять государственные и муниципальные услуги в электронной форме и обеспечить эффективное взаимодействие с пользователями через Интернет (рис. 3).

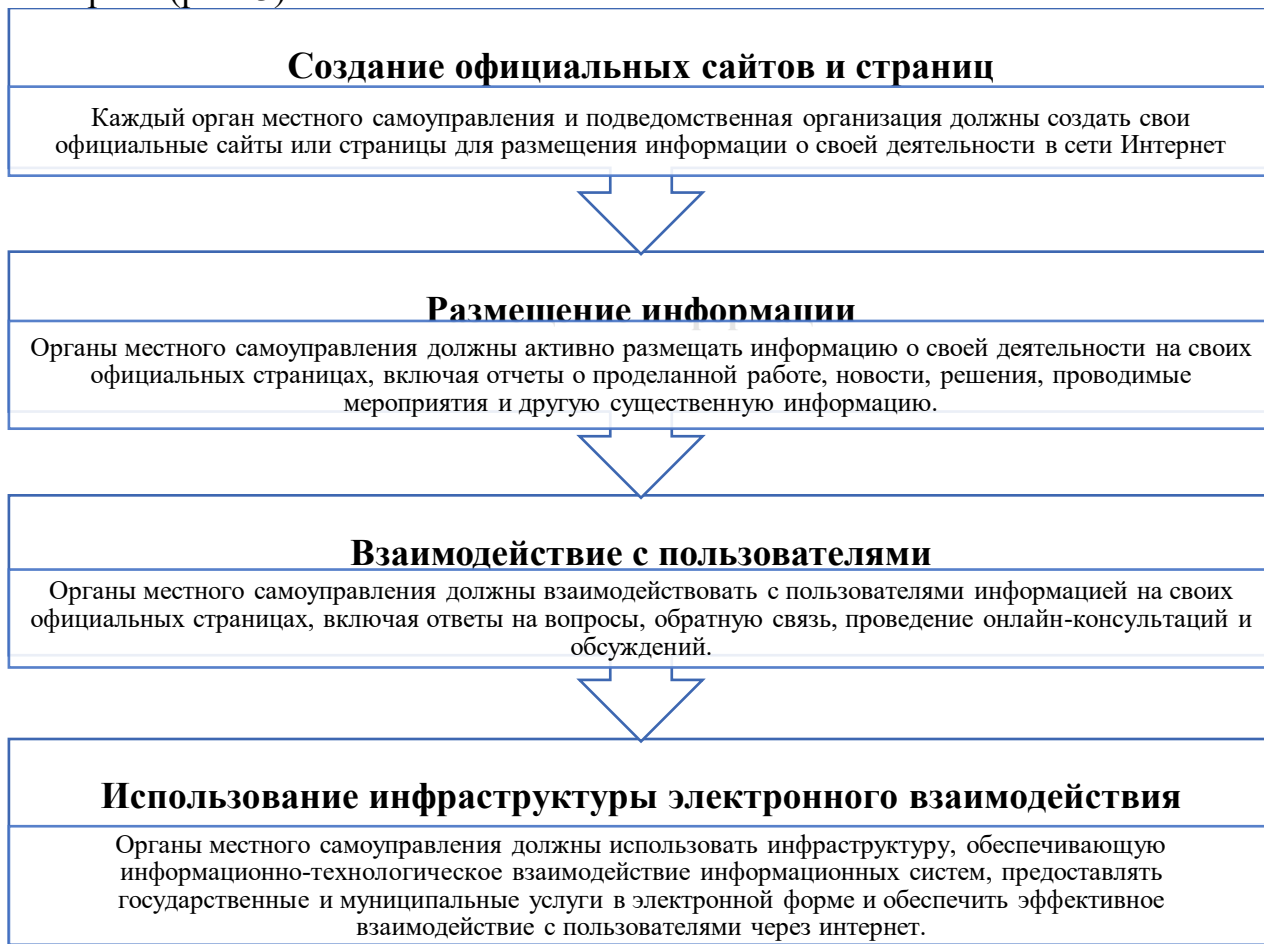


Рис. 3. Коммуникационная стратегия органов местного самоуправления

Источник: составлено авторами по данным [9]

Таким образом, коммуникационная стратегия, закреплённая в положениях Федерального закона «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления», направлена на обеспечение доступа к информации о деятельности государственных и муниципальных органов, улучшение взаимодействия с обществом и повышение прозрачности деятельности органов власти. Также недавние обновления в законодательстве указывают на то, что особое значение для формирования и последующего совершенствования имиджа приобретает интернет-пространство.

Поскольку масштабные исследования имиджевых характеристик органов местного самоуправления в настоящее время отсутствуют, рассмотрим актуальные аспекты формирования имиджа на примере органов местного самоуправления города Санкт-Петербурга.

Таблица 1

Характеристика официального сайта Совета муниципальных образований Санкт-Петербурга

Критерий	Характеристика
Доступность и удобство использования	Сайт имеет интуитивно понятный интерфейс и навигацию. Страницы предоставляют информацию, охватывающую различные аспекты деятельности органов местного самоуправления Санкт-Петербурга.
Качество информации	На сайте представлена информация о муниципальных образованиях города, их структуре, органах власти и управления, а также о реализуемых программах и проектах. Информация на главной странице не часто обновляется, что создает негативное впечатление. Так, например, в мае 2024 года на главной странице в ленте новостей отражены события апреля 2024 года.
Визуальный дизайн	Дизайн сайта простой, наглядный, не перегруженный интерактивными элементами и функциональный. Однако, данный дизайн является устаревшим и не в полной мере соответствует современным трендам визуального оформления.
Открытость и прозрачность	На сайте имеется доступ к протоколам заседаний, информации о бюджетировании и другим отчетам, что свидетельствует об открытости отдельных аспектов деятельности органов местного самоуправления.
Взаимодействие с обществом	На сайте присутствуют форма для обращений и предложений. Для отправки сообщения не требуется регистрация, необходимо указать имя и телефон, что упрощает взаимодействие. Однако на сайте не отражен регламент обработки данных сообщений, что не позволяет сделать выводы о скорости и качестве работы с данными обращениями.
Адаптивность и мобильная совместимость	Сайт адаптирован для просмотра на мобильных устройствах, что указывает на его доступность для различных пользователей.

Источник: составлено авторами на основе [8]

На основе анализа сайта Совета муниципальных образований можно прийти к выводам, что данный ресурс соответствует критериям доступности и удобства использования, открытости и прозрачности, адаптивности и мобильной совместимости. Однако критерии качества информации, визуального дизайна и взаимодействия с общественностью не получают высокой оценки, поскольку новости обновляются редко, визуальное оформление не соответствует современным трендам, а информация об обработке обращений через форму обратной связи отсутствует.

Совет муниципальных образований также присутствует в социальных сетях: официальное сообщество ВКонтакте создано 9 февраля 2021 года, по состоянию на апрель 2024 года в нем состоят 1727 участников. Отметим, что материалы сообщества оформлены в едином стиле, публикации размещаются регулярно, в среднем публикуется 4 поста в сутки. В сообществе размещается разнообразный контент: публикуются фото и видео материалы, поздравления, транслируется информация о проводимых мероприятиях, освещаются

актуальные вопросы. Анализ контента позволяет сделать выводы о том, что 70% размещаемого контента относятся к освещению событий и новостей, 20% – это поздравления с государственными праздниками и публикации, посвященные дням Рождения глав муниципалитетов, а 10% контента представляют собой выпуски муниципальных газет «Здравница Санкт-Петербурга», «Новости правобережья» и др. В среднем, каждый 18 участник сообщества является вовлеченным, то есть оставляет лайк, комментарий или делает репост. Однако недостатками являются отсутствие тем для обсуждений, а также чата участников сообщества. Отсутствие прямых каналов коммуникации, таких как чаты и форумы для обсуждений на официальных ресурсах местного самоуправления, снижает эффективность взаимодействия с жителями и не позволяет реализовать потенциал коммуникационных стратегий.

В.Г. Шадрин, О.Н. Котова и Е.А. Завьялова в своем исследовании на примере деятельности муниципальных властей города Кемерово выявляют проблемы, влияющие на имидж органов местного самоуправления, включая: недостаточное взаимодействие с гражданами, ограниченное использование интерактивных форматов взаимодействия, отсутствие работы с негативными комментариями и обращениями. Авторы акцентируют внимание на том, что несмотря на активное использование Интернет-ресурсов и социальных сетей, существует недостаточная интерактивность и обратная связь с гражданами. Отсутствие возможности для диалога граждан и администрации, а также ограниченное использование интерактивных форматов, таких как прямые эфиры, опросы – не позволяют достигать высокого уровня вовлеченности граждан в деятельность муниципалитетов. Содержание публикаций в социальных сетях не в полной мере соответствует интересам и потребностям граждан, особенно это касается новостей с региональной и федеральной повесткой, которые не дополняются актуальной информацией о городе и вызывают меньше реакций. Также авторы указывают на то, что в социальных сетях отсутствует конструктивное взаимодействие с комментариями и обращениями граждан, что создает впечатление игнорирования интересов и проблем населения со стороны властей [10]. Обозначенные в исследовании В.Г. Шадрина, О.Н. Котовой и Е.А. Завьяловой проблемы согласуются с выводами, полученными на основании анализа коммуникативной стратегии органов местного самоуправления в Санкт-Петербурге, и отражают общую тенденцию к недостаточной открытости деятельности органов муниципальных образований.

Таким образом, коммуникационные стратегии органов местного самоуправления нуждаются в коррекции посредством создания форумов и чатов на официальных сайтах и в социальных сетях, где жители могут задавать вопросы, высказывать предложения и обсуждать актуальные проблемы с представителями власти. Целесообразной является организация вебинаров и «круглых столов» с участием должностных лиц, на которых граждане могут в режиме реального времени озвучивать собственные предложения, задавать

вопросы и получать ответы. Необходимой мерой является активизация работы в социальных сетях с возможностями комментирования и прямого диалога с жителями, активного информирования о действиях органов местного самоуправления и т.д. Данные меры позволят сократить дистанцию между гражданами и властью, а также окажут позитивное воздействие на имидж муниципалитетов.

За основу формирования коммуникационной стратегии можно взять опыт общения губернатора Белгородской области В.В. Гладкова, на официальной странице которого ежедневно публикуется актуальная информация, проводятся обсуждения и ответы на вопросы. На страницу губернатора Белгородской области подписано более 232 тысяч человек, а каждый 50 пользователь, увидевший пост, вовлекается в обсуждение, ставит лайк или делает репост. Таким образом, можно наблюдать, что активное взаимодействие с пользователями социальных сетей повышает прозрачность деятельности государственных служащих, повышает уровень общественного доверия и позволяет формировать позитивный имидж системы местного самоуправления.

Также в процессе формирования позитивного имиджа целесообразным является формирование группы влиятельных личностей из числа сотрудников местных органов власти, а также сотрудничество с блогерами и мнениями лидерами для распространения информации о деятельности местных органов власти и привлечения внимания широкой аудитории. Обращение к блогерам и предоставление позитивной информации позволит управлять восприятием деятельности органов местного самоуправления и сформировать их положительный образ. Управление информационными сообщениями позволит активно включить городские сообщества в обмен информацией и повысить уровень взаимодействия между органами самоуправления и населением.

Заключение

Таким образом, формирование благоприятного имиджа учреждения и организации зависит от комплексного подхода, который включает в себя как внешние, так и внутренние аспекты управления и взаимодействия с обществом. На основе анализа актуальных аспектов формирования имиджа систем местного самоуправления предложены следующие рекомендации по адаптации коммуникативных стратегий: сотрудничество с блогерами и лидерами мнений, взаимодействие со средствами массовой информации, активное присутствие в социальных сетях, включающее размещение информационных материалов, а также активное реагирование на конструктивные и негативные комментарии от граждан. В контексте совершенствования коммуникативной стратегии органов местного самоуправления центральное место занимает активизация взаимодействия с городскими сообществами через эффективное управление информационными сообщениями и использование современных платформ для обмена мнениями. Важно активно взаимодействовать с жителями города, проводить информационные кампании для повышения осведомленности о деятельности

муниципалитетов и целенаправленно выстраивать систему доверительных отношений между властью и населением.

Разработка стратегии должна включать использование всех доступных коммуникативных инструментов, таких как социальные сети, прямые трансляции для обсуждения актуальных вопросов и регулярное обновление визуального и информационного контента на веб-сайтах администрации. Предварительное изучение аудитории позволит более целенаправленно и эффективно донести ключевые сообщения до граждан, тем самым улучшая имидж и восприятие деятельности органов местного самоуправления.

Литература

1. Грачева Е.С. Социальные сети как новый канал взаимодействия общества и власти // Актуальные проблемы экономики, финансов в условиях глобализации: Материалы национальной межвузовской научно-практической конференции студентов, аспирантов, молодых ученых и сотрудников университета. Балашиха: Российский государственный аграрный заочный университет, 2023. С. 96–99.
2. Заседание Совета по развитию местного самоуправления // Президент России. URL: <http://www.kremlin.ru/catalog/keywords/112/events/70959>
3. Комарова К.В. Характеристика методов построения имиджа органов местного самоуправления // Молодой ученый. 2022. № 7 (402). С. 264–267.
4. Котов Е.В. Актуальные проблемы формирования имиджа государственного служащего // BENEFICIUM. 2020. № 4 (37). С. 11–18.
5. Максимец Т.С., Овсипян М.В. Повышение эффективности государственного управления в России: проблемы и возможности // Прогрессивная экономика. 2023. № 6. С. 15–26.
6. Неплюев А.С., Трифонов Ю.Н. Технологии формирования имиджа органов местного самоуправления // Политическое управление. 2017. № 2 (14). С. 26–29.
7. Плеханова О.В. Средства формирования имиджа местного самоуправления // Тенденции развития науки и образования. 2018. № 41–2. С. 23–26.
8. Совет муниципальных образований Санкт-Петербурга // Администрация Санкт-Петербурга. URL: <https://www.sovetmo-spb.ru>.
9. Федеральный закон «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» от 09.02.2009 N 8-ФЗ // СПС Консультант Плюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_84602/.
10. Шадрин В.Г., Котова О.Н., Завьялова Е.А. Совершенствование имиджа органов местного самоуправления на основе анализа используемых инструментов маркетинговых коммуникаций в среде Интернет на примере муниципального образования г. Кемерово // Вестник Кемеровского

государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2023. Т. 8. № 1. С. 19–30.

References

1. Gracheva E.S. Social'nye seti kak novyj kanal vzaimodejstviya obshchestva i vlasti // Aktual'nye problemy ekonomiki, finansov v usloviyah globalizacii: Materialy nacional'noj mezhvuzovskoj nauchno-prakticheskoy konferencii studentov, aspirantov, molodyh uchenyh i sotrudnikov universiteta. Balashiha: Rossijskij gosudarstvennyj agrarnyj zaochnyj universitet, 2023. S. 96–99.
2. Zasedanie Soveta po razvitiyu mestnogo samoupravleniya // Prezident Rossii. URL: <http://www.kremlin.ru/catalog/keywords/112/events/70959>
3. Komarova K.V. Harakteristika metodov postroeniya imidzha organov mestnogo samoupravleniya // Molodoj uchenyj. 2022. № 7 (402). S. 264–267.
4. Kotov E.V. Aktual'nye problemy formirovaniya imidzha gosudarstvennogo sluzhashchego // BENEFICIUM. 2020. № 4 (37). S. 11–18.
5. Maksimec T.S., Ovsipyan M.V. Povyshenie effektivnosti gosudarstvennogo upravleniya v Rossii: problemy i vozmozhnosti // Progressivnaya ekonomika. 2023. № 6. S. 15–26.
6. Neplyuev A.S., Trifonov YU.N. Tekhnologii formirovaniya imidzha organov mestnogo samoupravleniya // Politicheskoe upravlenie. 2017. № 2 (14). S. 26–29.
7. Plekhanova O.V. Sredstva formirovaniya imidzha mestnogo samoupravleniya // Tendencii razvitiya nauki i obrazovaniya. 2018. № 41–2. S. 23–26.
8. Sovet municipal'nyh obrazovanij Sankt-Peterburga // Administraciya Sankt-Peterburga. URL: <https://www.sovetmo-spb.ru>.
9. Federal'nyj zakon «Ob obespechenii dostupa k informacii o deyatel'nosti gosudarstvennyh organov i organov mestnogo samoupravleniya» ot 09.02.2009 N 8-FZ // SPS Konsul'tant Plyus. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_84602/.
10. SHadrin V.G., Kotova O.N., Zav'yalova E.A. Sovershenstvovanie imidzha organov mestnogo samoupravleniya na osnove analiza ispol'zuemyh instrumentov marketingovyh kommunikacij v srede Internet na primere municipal'nogo obrazovaniya g. Kemerovo // Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Politicheskie, sociologicheskie i ekonomicheskie nauki. 2023. Т. 8. № 1. S. 19–30.