

УДК 332.14+ 330.322.3+ 352.075

DOI: 10.34670/AR.2021.29.89.019

## Основные направления формирования позитивного имиджа г. Шахты Ростовской области

**Труханович Дарья Сергеевна**

Старший преподаватель кафедры «Государственное и муниципальное управление»,  
Южно-Российский институт управления (филиал),  
Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ,  
344002, Российская Федерация, Ростов-на-Дону, ул. Пушкинская, 70/54;  
e-mail: trukhanovich.daria@yandex.ru

**Попов Илья Евгеньевич**

Магистр по направлению подготовки «Государственное и муниципальное управление»,  
Южно-Российский институт управления (филиал),  
Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ,  
344002, Российская Федерация, Ростов-на-Дону, ул. Пушкинская, 70/54;  
e-mail: trukhanovich.daria@yandex.ru

### Аннотация

Для развития муниципального образования, привлечения инвестиций в современных сложных условиях необходимо, чтобы оно имело позитивный имидж. Однако на практике часто бывает так, что территория стремится позиционировать себя с положительной стороны, но большинство стейкхолдеров отмечают лишь негативные проявления. В качестве примера такой территории можно взять город Шахты, говоря о котором респонденты все чаще не называют его «городом Олимпийских чемпионов», а воспринимают город как «самое опасное» и «грязное место» в Ростовской области. Для изменения ситуации необходимо предпринять комплекс мер, которые подробно представлены в настоящей статье. В заключении работы показано, что разработка и реализация системы мер, которые направлены на формирование позитивного общественного мнения подразумевает решение по возможности особо острых проблем. Перечисленные рекомендации, на наш взгляд, позволят улучшить отношение общества к муниципальным служащим г. Шахты, будут способствовать уменьшению разрыва между реальным имиджем муниципального служащего и его «идеальным образом».

### Для цитирования в научных исследованиях

Труханович Д.С., Попов И.Е. Основные направления формирования позитивного имиджа г. Шахты Ростовской области // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2021. Том 11. № 5А. С. 151-159. DOI: 10.34670/AR.2021.29.89.019

**Ключевые слова**

Имидж, репутация, г. Шахты, опрос населения, органы местного самоуправления, имидж муниципальных служащих.

**Введение**

Одной из актуальных задач управления общественным мнением для современных компаний, регионов, муниципалитетов является формирование и поддержание позитивного имиджа.

В Российской Федерации, где инвестиционные потоки распространяются неравномерно между регионами, а большая часть муниципалитетов являются дотационными, особенно остро стоит вопрос о привлечении дополнительных источников доходов, в т.ч. и за счет формирования положительного имиджа территории, её бренда.

Формирование позитивного имиджа муниципального образования позволяет повысить уровень доверия граждан и инвесторов в территории, муниципальной власти, что, в свою очередь, повышает уровень социально-экономического развития муниципалитета.

**Актуальный имидж г. Шахты Ростовской области**

Очень долгое время у г. Шахты формировали имидж «города Олимпийских чемпионов». С 1964 года спортсмены г. Шахты участвовали во всех Олимпиадах, вследствие чего многие из них стали олимпийскими чемпионами (например, В. Алексеев, А. Вахонин, Д. Ригерт и др.). За грандиозные успехи местных спортсменов на Олимпийских играх, европейских и мировых соревнованиях город Шахты занесли в Книгу рекордов Гиннеса.

Как всегда отмечается во всех пресс-релизах и публичных выступлениях муниципальных служащих г. Шахты, «наши спортивные сооружения дают хорошую перспективу для начинающих спортсменов к большим достижениям в будущем».

Однако на практике, различные исследования показывают, что г. Шахты уже давно воспринимается в общественном сознании как спортивная столица Ростовской области. Например, по результатам опроса населения аналитиками Domofond, г. Шахты был признан самым небезопасным городов в РФ: средняя по городу оценка составила 4,5 балла — это на 2,3 балла ниже среднероссийского уровня. Данный результат г. Шахты получают уже на протяжении 3-х лет, т.к. опросы 2017 и 2018 гг. также называют г. Шахты самым небезопасным в РФ.

Таким образом, можно заключить, что между формируемым имиджем и реальной репутацией г. Шахты существует большое противоречие. Многочисленные опросы и публикации в СМИ показывают, что город воспринимается как «самое опасное» и «грязное место» не только в Ростовской области, но и в России в целом.

**Формирование позитивного имиджа г. Шахты через развитие спорта**

Для изменения ситуации необходима целенаправленная работа по формированию положительного имиджа города, пропаганде уникального рекреационного и туристского потенциала города и региона в целом.

В основе формирования имиджа г. Шахты находилась идея того, что «Шахты – город олимпийских чемпионов». И, по нашему мнению, от этой идеи не стоит отказываться, но её

необходимо расширить.

Первое набавление - максимальное вовлечение в спорт жителей в независимости от возраста. Достижение запланированного уровня показателей напрямую зависит от качества реализации организационных мероприятий и развития инфраструктуры спорта.

Например, в 2019 году приобретено спортивное оборудование и инвентарь для зала спортивной гимнастики спортивной школы №1 на сумму более 3 млн. руб. Также приобретены спортивный инвентарь для спортивного ядра «им. Красина» (площадка воркаут, футбольные ворота и ворота для минифутбола и др.), уличные тренажеры для СК «Артемовец» и спортивного ядра «им. Красина» (13 штук), автобус Форд (для обеспечения выездов на соревнования).

В ближайшее время будет открыт новый спортивный объект – зал борьбы им. «Братьев Самургашевых». Проект реализован за счет частных инвестиций. Решается вопрос его использования для подготовки воспитанников спортивной школы №5. Так же в 2021 году будет выполнен проект для последующего строительства в жилом районе «Олимпийский» Центра спортивной подготовки по тяжелой атлетике им. Василия Алексеева.

Наличие спортивной инфраструктуры позволило в 2019 году провести на территории города:

- Кубок России среди мужчин и женщин и Командный чемпионат России среди мужчин и женщин по тхэквондо;
- Первенство России по велоспорту;
- 25-й юбилейный Кубок «Шахтер Дона-2019»;
- турнир по прыжкам в высоту на призы Олимпийского чемпиона Андрея Сильнова «Донская высота-2019», и другие.

В данных соревнованиях приняли участие более 600 спортсменов из разных субъектов России.

Безусловно, достижения отдельных спортсменов должны мотивировать жителей города на общую приверженность здоровому образу жизни и систематическое занятие спортом. Спорт не может быть разовой акцией. Это доказывает тот факт, что только 48,2% шахтинцев, принявших участие в сдаче нормативов испытаний (тестов) Всероссийского физкультурно-оздоровительного комплекса ГТО, выполнили их.

### **Формирование позитивного имиджа г. Шахты через формирование «туристических магнитов»**

Для формирования позитивного имиджа г. Шахты мы считаем необходимым использовать туристские возможности территории, которые могут быть также и использованы для расширения спортивных возможностей муниципалитета.

В г. Шахты таким «туристическим магнитами» могут стать терриконы. Они, как и любые другие необычные формы рельефа, как, например, «Меловые горы» в Новоайдаре, имеют не только геологическую, но и туристическую ценность.

Необходимо также заимствовать опыт европейских стран, которые превратили терриконы в туристические объекты. Так, например, на территории Рурского промышленного района Германии находится террикон **Ганиль**.

На склонах и плато его южной спирали в 1992 году был разбит ландшафтный парк, и по окончанию работ там был проведен туристический маршрут, который начинается у подножия

насыпи и постепенно ведет путешественников к его вершине. Маршрут состоит из 14 станций, каждая из которых повествует об одном из стояний крестного пути, а также о тонкостях горного дела в Рурском регионе.

В небольшой французской коммуне Лоос-ан-Гоель, что располагается на севере Франции, находятся пять огромных конических холмов, признанных самыми высокими терриконами в Европе. Двое из них достигают в высоту целых 146 метров и являются результатом 130-ти лет активной горной промышленности в этом регионе.

Для местных жителей **терриконы в Лоос-ан-Гоель** – это символ наследия некогда успешной угольной отрасли. В результате систематического озеленения терриконов сейчас там произрастают более 200 разновидностей растений, гнездятся 82 вида птиц, два вида амфибий и рептилий, двенадцать видов млекопитающих, девять видов стрекоз и 53 вида бабочек. Также на склонах и плато терриконов активно развивается животноводство, а один местный умелец даже открыл там виноградную плантацию и винодельню. Все это делает коммуну, одной из самых привлекательных для туристов не только в регионе, но и во всей Франции.

На территории г. Шахт находятся несколько терриконов, в которые можно инвестировать и получить «туристические магниты».

Так, на северо-восточной окраине Аюты, в районе ул. Футбольная расположен террикон «Гражданская оборона». Размер сравнительно небольшой, форма коническая, цвет черный. С севера к террикону примыкают руины здания.

Примерно в 800 м к западу от Талового расположен террикон «Неназванный». Размер средний. Форма - два слитых конуса. Цвет невыразительный, грязноватый, красно-серый. Вблизи видно, что породы на терриконе по цвету очень разные. На склонах есть кусты и деревья. Террикон исторически связан с шахтой, обозначаемой вроде бы №3-1бис.

На терриконах можно сформировать трассы для велогонок по пересеченной местности, а на территории террикона «Гражданская оборона» можно оборудовать площадку для игры в пейнтбол. Для этого необходимо оборудовать территорию, можно также открыть мобильные точки с продажей товаров, таких как напитки, перекусы, кофе и пр. Так же можно оборудовать зоны для готовки шашлыка и зоны отдыха. В зимний период эти трассы можно использовать для катания на санках.

Предлагаемые нами меры позволят дополнить имидж г. Шахты, привлечь внутренних туристов с близлежащих равнинных территорий и обеспечить привлечение инвестиций на территорию города.

### **Формирование позитивного имиджа г. Шахты через визуализацию образа города**

Формирование имиджа невозможно без внешней картинке, а значит необходимо сформировать «приятную глазу картинку». Сделать это возможно за счет минимизации визуальное загрязнения городской среды. Перегруженность информационными сообщениями, хаотичность размеров и расположения вывесок, слишком яркие, кричащие цвета и мерцающие подсветки искажают архитектурный облик домов и затрудняют навигацию в городском пространстве.

Из-за визуального шума люди перестают осознавать ценность города. Архитектурная ценность застройки теряется, глаз человека не отдыхает, и в результате горожане перестают гулять по улицам и проводят досуг в торговых центрах. Правильный дизайн-код возвращает

культуру прогулок.

Для этих целей необходимо создание и реализация дизайн-кода города, среди задач внедрения которого можно выделить [Приложение к Постановлению Администрации города Шахты 30.12.2019 № 5218 Об утверждении Дизайн-кода муниципального образования «Город Шахты»]:

- упорядочивание размещения вывесок в исторической части города;
- улучшение внешнего вида города и формирование полноценной архитектурно-художественной городской среды;
- художественные решения вывесок должны гармонично сочетаться с архитектурными, стилистическими и колористическими особенностями зданий;
- исключение «глухих» витрин на фасадах зданий (закрытие баннерами, пленкой);
- способствование использованию передовых технологий и материалов в рекламе на основании отечественного и зарубежного опыта.

Постановлением Администрации города Шахты от 30.12.2019 №5218 «Об утверждении Дизайн-кода муниципального образования «Города Шахты» (в целях создания современных, функциональных и визуально привлекательных нестационарных торговых объектов утвержден Дизайн-код предусматривающий систему зонирования общественных пространств и оформлению их внешнего вида на территории муниципального образования «Город Шахты».

Однако до настоящего времени излишняя реклама с улиц города ликвидирована не была, вывески никто не заменял. В этой связи, считаем необходимым поручить отделу потребительского рынка Администрации г. Шахты и Департаменту архитектуры, градостроительства и территориального развития поручить проведение мониторинга ситуации в городе и активное реагирование в случае выявления нарушений.

### **Формирование позитивного имиджа г. Шахты через формирования имиджа муниципальных служащих**

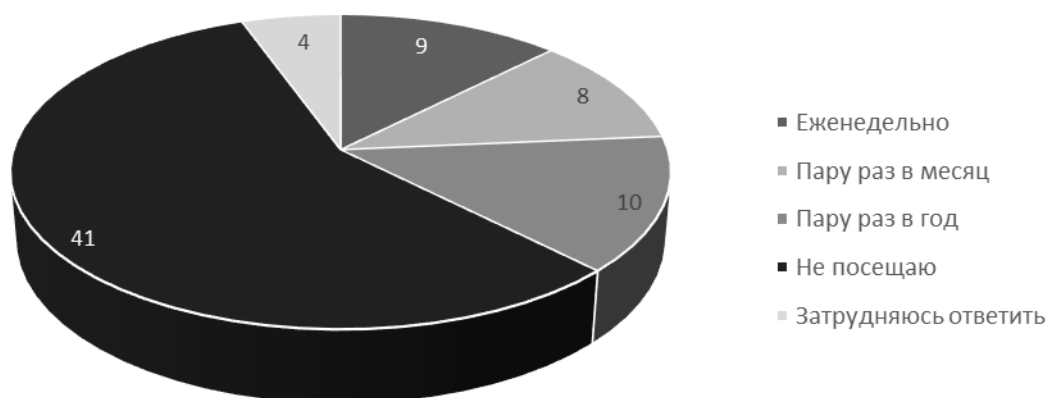
Развитие позитивного имиджа территории невозможно без формирования позитивного имиджа муниципальных служащих органов местного самоуправления г. Шахты. Статистические данные свидетельствуют о снижении уровня престижа муниципальной службы и ослаблении имиджа муниципальных служащих. Это связано с тем, что, по большому счету, качество предоставляемой информации о деятельности муниципальных служащих очень низкое.

Для того, чтобы избавиться от негатива и недоверия к органам муниципальной власти со стороны общества и как следствие повысить имидж муниципальных служащих, необходимо предпринять ряд мер, по повышению открытости муниципальной службы и органов местного самоуправления. К таким мерам мы относим следующее:

#### **1. Формирования позитивного имиджа муниципальных служащих через социальные сети.**

Несмотря на то, что в городе Шахты имеется сайт (<http://www.shakhty-gorod.ru>), где освещается деятельность местной Администрации, он не пользуется популярностью у жителей города. К данному выводу мы пришли по результатам проведенного в мае 2021 г. опроса, в котором приняли участие 72 человека.

Согласно полученным данным, большинство опрошенных (53%) не посещают этот сайт никогда. Ежедневно просматривают новости 12% опрошенных, пару раз в месяц-11% и 14% респондентов работают с ним пару раз в год. (см. Рис. 1)



**Рисунок 1 - Частота посещения респондентами официального сайта Администрации города Шахты**

Очевидно, что местной администрации необходимо найти другой канал взаимодействия с гражданами. И 72 % наших респондентов считают таким каналом социальные сети.

Так же важно учитывать, что в зависимости от возраста, люди пользуются различными социальными сетями и это тоже нужно учитывать. Из таблицы 1 видно, что более половины респондентов в возрасте 18-25 лет пользуются социальными сетями. В тоже время, представители более старшего поколения практически не используют социальные сети или пользуются Одноклассниками. Также из данных в таблице 1 видно, что люди в большей степени желают, чтобы новости о муниципальных служащих публиковались ВКонтакте, Инстаграмм, Одноклассниках и Ютубе.

**Таблица 1 - Использование социальных сетей в зависимости от возраста**

Соц. сеть	Возраст респондента					Всего
	18-25	26-36	37-50	51-65	>65	
ВКонтакте	18	6	3	0	0	27
Инстаграмм	17	11	3	0	0	31
Фейсбук	2	0	0	2	0	4
Твиттер	3	2	0	0	0	5
Телеграмм	7	1	1	0	0	9
Одноклассники	2	3	5	4	4	18
Другое	1	0	4	0	0	6
Ютуб	14	3	1	0	0	18
Не пользуюсь социальными сетями	0	2	1	3	1	6
Всего	64	28	18	9	5	

Из представленных результатов исследования мы можем сделать вывод, что органам местного самоуправления г. Шахты необходимо обратить больше внимания на ведение социальных сетей, причем контент в разных социальных сетях должен отличаться, т.е. его целевая аудитория различна. Например, для молодых людей на Ютубе можно записывать познавательные ролики о длительности муниципальных служащих и муниципалитете в целом, а в Инстаграмм для более зрелых людей проводить опросы и информировать о текущих социально-политических событиях и пр.

Мы также полагаем, что информацию в социальных сетях необходимо персонализировать, т.е. глава муниципального образования, глава администрации, его заместители, депутаты городской думы должны иметь свои странички в социальных сетях и активно взаимодействовать с населением.

## 2. Организация публичных мероприятий в формате «День открытых дверей».

Для любого муниципального образования важно повысить уровень доверия граждан к муниципальным служащим, к лицам, замещающим муниципальные должности. Уровень доверия граждан возрастает, когда они могут видеть, что делают служащих и как происходит процесс принятия решений. Для повышения прозрачности работы органов местного самоуправления предлагаем проводить «Дни открытых дверей».

В день открытых дверей участники могут ознакомиться с деятельностью, ценностями муниципальных служащих, внутренним кодексом поведения и пр. Дни открытых дверей – это наглядная презентация, которая может повысить доверие к муниципальным служащим. На дни открытых дверей в большей мере необходимо привлекать именно молодежь, для того, чтобы сформировать у них положительное представление о служащих и их деятельности [Плешакова К.Н., Труханович, 2020].

## Выводы

Таким образом можно сказать, что разработка и реализация системы мер, которые направлены на формирование позитивного общественного мнения подразумевает решение по возможности особо острых проблем. Перечисленные рекомендации, на наш взгляд, позволят улучшить отношение общества к муниципальным служащим г. Шахты, будут способствовать уменьшению разрыва между реальным имиджем муниципального служащего и его «идеальным образом».

## Библиография

1. Назван самый опасный город России -2019 [Электронный ресурс] URL: <https://lenta.ru/news/2019/09/03/shakhty/>
2. Ростуризм будет развивать "туристические магниты" в путешествиях по всей стране [Электронный ресурс] URL: <https://www.personalguide.ru/news/rosturizm-budet-razvivat-turisticheskie-magnity-v-puteshestviyah-po-vsey-strane>
3. Как терриконы могут помочь развить туризм [Электронный ресурс] URL: <https://tribun.com.ua/70676>
4. Приложение к Постановлению Администрации города Шахты 30.12.2019 № 5218 Об утверждении Дизайн-кода муниципального образования «Город Шахты» (свод правил и рекомендаций для формирования стилистически единой, комфортной и безопасной городской среды) // Официальный сайт Администрации г. Шахты [Электронный ресурс] URL: <http://www.shakhty-gorod.ru>
5. Плешакова К.Н., Труханович Д.С. Направления формирования позитивного имиджа муниципальных служащих на примере г. Гуково Ростовской области // Modern Science. - 2020. - № 7-1. - С. 309-312.
6. Напалкова И. Г., Курочкина К. В. Имидж региона: специфика, основные элементы и технологии конструирования // Экономическая история. – 2018. – №. 4 (43).
7. Красота Т. Г., Ламаш Е. С., Голик А. С. Инвестиционная привлекательность как фактор формирования позитивного имиджа региона и его социально-экономического развития // Социально-экономическое развитие регионов в цифровую эру. – 2019. – С. 78-86.
8. Кумпилов Т. М. Конструирование позитивного имиджа регионов в пространстве новых медиа: опыт Республики Адыгея // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. – 2020. – №. 3 (264).
9. Казакова М. Н., Напалкова И. Г. Имидж главы региона как элемент имиджа территории (на примере Республики Мордовия) // Гуманитарные и политико-правовые исследования. – 2019. – №. 2 (5).
10. Чевтаева Н. Г., Ручкин А. В., Сергеева Т. А. Анализ восприятия имиджа региона в общественном сознании (на примере Свердловской области) // Вопросы управления. – 2017. – №. 2 (45).

## The main directions of forming a positive image of the city of Shakhty in the Rostov region

**Dar'ya S. Trukhanovich**

Senior Lecturer at the Department of State and Municipal Administration,  
South Russian Institute of Management (branch),  
Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration,  
344002, 70/54, Pushkinskaya str., Rostov-on-Don, Russian Federation;  
e-mail: [trukhanovich.daria@yandex.ru](mailto:trukhanovich.daria@yandex.ru)

**Il'ya E. Popov**

Master's degree in the field of training "State and Municipal Administration",  
South Russian Institute of Management (branch),  
Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration,  
344002, 70/54, Pushkinskaya str., Rostov-on-Don, Russian Federation;  
e-mail: [trukhanovich.daria@yandex.ru](mailto:trukhanovich.daria@yandex.ru)

### Abstract

For the development of the municipality, attracting investment in today's difficult conditions, it is necessary that it has a positive image. However, in practice, it often happens that the territory tends to position itself on the positive side, but most stakeholders note only negative manifestations. As an example of such a territory, we can take the city of Shakhty, speaking about which respondents increasingly do not call it the "city of Olympic champions", but perceive the city as the "most dangerous" and "dirty place" in the Rostov region. To change the situation, it is necessary to take a set of measures, which are presented in detail in this article.

### For citation

Trukhanovich D.S., Popov I.E. (2021) Osnovnye napravleniya formirovaniya pozitivnogo imidzha g. Shahty Rostovskoj oblasti [The main directions of forming a positive image of Shakhty, Rostov region]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 11 (5A), pp. 151-159. DOI: 10.34670/AR.2021.29.89.019

### Keywords

Image, reputation, city of Shakhty, population survey, local self-government bodies, image of municipal employees.

### References

1. *Nazvan samyj opasnyj gorod Rossii* (2019) URL: <https://lenta.ru/news/2019/09/03/shakhty/>
2. *Rosturizm budet razvivat' "turisticheskie magnity" v puteshestvijah po vsej strane* URL: <https://www.personalguide.ru/news/rosturizm-budet-razvivat-turisticheskie-magnity-v-puteshestvijah-po-vsey-strane>
3. *Kak terrikony mogut pomoch' razvit' turizm* URL: <https://tribun.com.ua/70676>
4. Prilozhenie k Postanovleniju Administracii goroda Shahty 30.12.2019 № 5218 Ob utverzhdenii Dizajn-koda municipal'nogo obrazovaniya «Gorod Shahty» (svod pravil i rekomendacij dlja formirovaniya stilisticheski edinoj, komfortnoj i bezopasnoj gorodskoj sredy) // *Oficial'nyj sajt Administracii g. Shahty* URL: <http://www.shakhty-gorod.ru>



5. Pleshakova K.N., Truhanovich D.S. (2020) Napravlenija formirovanija pozitivnogo imidzha municipal'nyh sluzhashhih na primere g. Gukovo Rostovskoj oblasti, *Modern Science*, 7-1, pp. 309-312.
6. Napalkova I. G., Kurochkina K. V. Image of the region: specifics, main elements and design technologies //Economic history. – 2018. – №. 4 (43).
7. Krasota T. G., Lamash E. S., Golik A. S. Investment attractiveness as a factor in the formation of a positive image of the region and its socio-economic development //Socio-economic development of regions in the digital era – - 2019. - pp. 78-86.
8. Kumpilov T. M. Constructing a positive image of regions in the space of new media: the experience of the Republic of Adygea //Bulletin of the Adygea State University. Series 1: Regional studies: philosophy, history, sociology, law, political science, cultural studies. – 2020. – №. 3 (264).
9. Kazakova M. N., Napalkova I. G. The image of the head of the region as an element of the image of the territory (on the example of the Republic of Mordovia) // Humanitarian and political-legal studies. – 2019. – №. 2 (5).
10. Chevtaeva N. G., Ruchkin A.V., Sergeeva T. A. Analysis of the perception of the image of the region in the public consciousness (on the example of the Sverdlovsk region) //Management issues. – 2017. – №. 2 (45).