

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра социологии регионов

**ФОРМИРОВАНИЕ ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА  
ГОСУДАРСТВЕННЫХ ГРАЖДАНСКИХ СЛУЖАЩИХ**

**АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ**

студента 4 курса 421 группы  
направления 38.03.04 – «Государственное муниципальное  
управление»  
Социологического факультета

**Векесер Вячеслава Витальевича**

Научный руководитель  
кандидат социологических наук, доцент

\_\_\_\_\_

Т.А. Пашкина

подпись, дата

Зав. кафедрой  
кандидат философских наук, профессор

\_\_\_\_\_

И.А.Бегина

подпись, дата

Саратов 2021

## **Общая характеристика работы**

**Актуальность проблемы** построения положительного имиджа органов государственной власти заключается в существующем противоречии между общественными ожиданиями конкретных действий власти и реальными оценками населения этих действий. В настоящее время имидж представителей органов власти тесно связан с весьма значимой частью эффективной работы государственного аппарата. Данный факт обусловлен тем, что государственные служащие являются официальными представителями государства перед народом, помимо этого они также оказывают влияние на формирование отношения народа к реализуемой политике государства.

Формирование имиджа органов исполнительной власти в целом, и государственной гражданской службы, в частности, всегда была актуальной проблемой для нашей страны. Особенно остро данная проблема стала в условиях развития информационного общества, когда помимо материальных ресурсов, особое значение имеют не материальные ресурсы, к которым можно отнести имидж. Развитие государственной службы в этом направлении является важным условием совершенствования обеспечения общественно-политической стабильности, социально-экономического роста, суверенитета и национальной безопасности Российского государства в целом.

Исходя из этого, возникает потребность в научно-теоретическом обосновании процессов, влияющих на формирование имиджа органов исполнительной власти, чем и объясняется актуальность выбранной темы.

Несмотря на наличие литературы по общим проблемам формирования имиджа органов власти, следует отметить, что работ, специально анализирующих процесс формирования имиджа органов исполнительной власти, в том числе и на региональном уровне, немного. Поэтому необходимы теоретико-методологические исследования, посвященные анализу процесса формирования имиджа органов исполнительной власти, как на федеральном уровне, так и на уровне субъекта Российской Федерации. Таким образом, очевидной становится необходимость исследования механизмов

формирования положительного имиджа различных организаций и возможность их апробации в среде государственных структур. Использование подобных механизмов будет способно вывести уровень позиционирования власти на новый уровень.

**Степень научной разработанности темы.** Исследованию такого явления как имидж, а также его аспектов в контексте государственной власти, способов его формирования и возможных способов решения наиболее актуальных проблем были посвящены работы следующих авторов: Шарков Ф.И., Горчакова В.Г., Панасюк А.Ю., Ланкин В.Е., Чумиков А.Н., Шепель В.М., Бойков В.Э. Панышин О.А., Федоров Е.С. и другие<sup>1</sup>.

**Объектом исследования** является имидж государственных гражданских служащих.

**Предметом исследования** механизмы формирования положительного имиджа государственных гражданских служащих (на примере Пензенской области).

**Цель исследования** - рассмотреть процесс формирования позитивного имиджа государственных гражданских служащих Российской Федерации как фактора эффективности государственного управления формулировка предложений по их развитию.

Для достижения поставленной цели необходимо реализовать ряд **задач**:

- 1) систематизировать информацию о теоретических аспектах имиджа;
- 2) рассмотреть позитивный имидж государственных гражданских служащих в качестве фактора эффективности государственного управления;
- 3) рассмотреть особенности формирования имиджа у органов государственной власти и государственных служащих;

---

<sup>1</sup>Шарков Ф.И. «Интегрированные коммуникации. Реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие»; Горчакова В. Г. «Имиджелогия. Теория и практика: учебное пособие»; практика: учебное пособие»; Шепель В. М. «Профессия имиджмейкер»; Бойков В.Э. «Профессиональная культура государственной службы»; Панышин О.А. «Краткий анализ возможностей повышения эффективности государственной гражданской службы с использованием мотивационных инструментов»; Федоров Е. С. «Коммуникативные коды имиджа власти».

4) проанализировать имидж государственных гражданских служащих у региональной общественности (на примере Пензенской области)

5) предложить эффективные решения по улучшению имиджа государственных гражданских служащих и органов власти (на примере Пензенской области);

### **Основное содержание работы**

**Во введении** обосновывается актуальность темы исследования, раскрывается степень ее разработанности, методологическая основа, а также определяются цели, задачи, объект и предмет исследования, теоретическая и практическая значимость.

**Первый параграф первой главы «Имидж: содержание понятия и механизмы его формирования»** посвящен систематизации теоретических знаний об имидже для его последующего рассмотрения с точки зрения деятельности органов государственной власти.

Трактовка понятия «имидж» напрямую зависит от сферы применения и соответствующего контекста. Так, например, по мнению Петровского А.В., имидж - сложившийся в массовом сознании и имеющим характер стереотипа, эмоционально окрашенный образ кого-либо или чего-либо. В данном случае сразу необходимо отметить, что имидж - это образ, сложившийся в массовом сознании, в формировании которого в условиях построения информационного общества решающую роль играют СМИ и иные каналы массовой коммуникации.

Ф. И. Шарков утверждал следующее: «Корпоративный, или организационный имидж – это образ организации в представлении групп общественности, коммерческий успех которой в немалой степени зависит от позитивного имиджа».

Подходя к анализируемому термину имиджа с точки зрения психологии, Ланкин Виктор Евгеньевич говорит, что при формировании и восприятии имиджа его прообразу-организации приписываются такие характеристики, какими она по собственной природе не обладает, точнее именно свойства,

характеризующие её как психологический субъект, а также мышление, способность испытывать и вызывать характер, эмоции, и личностные свойства, которые присущи только человеку. В отличие от индивидуального имиджа, который может быть ориентирован как на самоощущение, так и на восприятие, имидж организации ориентирован исключительно на восприятие.

Однако необходимо понимать, что данные трактовки излагают общую концепцию имиджа как явления в человеческом сознании, при этом имидж государственной или муниципальной власти является отдельным видом «носителей имиджа».

Так, например, Е.С. Фёдоров утверждает, что под имиджем власти понимается ее образ в глазах народа, в фокусе общественного мнения.

Власть, будучи представленной одним или несколькими индивидами так же является носителем определённого имиджа. Им обладает каждый государственный орган, должностное лицо и иные субъекты, что влияет на формирование имиджа государственного служащего и позволяет рассматривать его как максимально важный процесс.

Принято выделять два наиболее значимых фактора формирования имиджа: внешний и внутренний. Под внешним фактором формирования имиджа принято понимать общую совокупность деталей, которые заметны глазу (стиль, опрятность и т.д.). В свою очередь под внутренними факторами подразумеваются детали образа, которые осознаются человеком: образ жизни, культура, интересы, образование и т.д.

Как правило, создание и преобразование имиджа происходит с помощью изменений и комбинаций таких компонентов, как: внешние данные индивида; особенности поведения; социальные и профессиональные характеристики; восприятие самого себя; восприятие группами людей, с которыми индивид контактирует без медиаторов.

Не менее важным при формировании положительного имиджа является, грамотно выстроенное общение, выступающее как это костяк общества и

общественных взаимоотношений, которые являются площадкой для взаимодействия разных групп по интересам.

Таким образом, имидж гражданских служащих выступает как динамичный, целостный образ личностных и профессиональных качеств, отражающий качество деятельности и взаимодействия чиновников с гражданами. В то же время в имидже проявляется сформированная в процессе самоопределения и деятельности система идентичности, в которой сфокусированы когнитивные и ценностные представления личности о своем месте в социальной и профессиональной среде. Поэтому имидж выступает регулирующим и развивающим фактором профессионального развития служащих.

**Второй параграф первой главы «Позитивный имидж государственных гражданских служащих как фактор эффективности государственного управления» затрагивает вопросы формирования позитивного имиджа государственных гражданских служащих.**

Под положительным имиджем государственного служащего понимается образ служащего, который принимается обществом. Он помогает решить ряд задач государства в целом: способствует внушению уверенности в рациональности проводимой государством политики; укреплению государственной власти на региональном и федеральном уровнях; поддержке государства общественным мнением позитивно настроенного населения при возникновении каких-либо столкновений.

В качестве одной из наиболее значимой характеристики оценки имиджа гражданского служащего можно выделить его компетенции. Для эффективного использования своих компетенций, государственному служащему необходимо ответить на следующий вопрос «Какую реакцию я хочу вызвать у окружающих людей?». Ответ служащего, занимающего руководящую должность, может выглядеть следующим образом: «иметь авторитет у штата сотрудников». В данной ситуации руководителю необходимо акцентировать внимание на следующих качествах:

влиятельность, умение понятно излагать мысли и ставить задачи, позитивное мышление.

Поскольку имидж представляет собой системное явление, в его структуру входят следующие элементы: ментальный имидж; фоновый имидж; овеществленный имидж; имидж среды; вербальный имидж; кинетический имидж; габитарный имидж.

Если говорить об имидже, как о сложном явлении, он имеет несколько уровней персонального имиджа: семантический; этнокультурный; социальный; гносеологический; психологический; биологический; перцептуальный.

По средствам имиджа государственный служащий обязан соответствовать требованиям, предъявляемым к политику, которому можно доверять, а именно: честность, отзывчивость и добросовестность, а с помощью СМИ имидж должен отражать компетентность, преданность и этические нормы.

Основываясь на указанных характеристиках, можно сказать, что имидж государственного служащего – это индивидуальный имидж, который является оценочным образом. Он складывается из нескольких различных параметров. К ним можно отнести результативность и эффективность работы, профессионализм и добросовестность, должностное поведение, культурный уровень, коммуникативные качества и т. п., а также субъективные оценки деятельности чиновника со стороны населения и институтов гражданского общества.

Имидж государственного служащего, как субъекта власти, рассчитан, в первую очередь, на восприятие и оценку его объектами властных действий, с тем, чтобы их в числе прочих факторов обеспечивать подчинение этим действиям. В свою очередь, реализация субъектом власти своих полномочий должна проводиться с соблюдением определенных правил или принципов управления.

**В первом параграфе второй главы «Факторы формирования позитивного имиджа государственных гражданских служащих» рассматривается значимость и факторы формирования имиджа государственного гражданского служащего.**

В ходе анализа научных трудов были рассмотрены две группы факторов формирования имиджа государственного гражданского служащего: внутренние и внешние. К внутренним факторам относятся психологическое состояние человека, здоровье, тип личности, темперамент, свойства характера, индивидуальный стиль принятия решений. Внешними факторами являются: образ жизни, семейное положение, культура, образование, внешний вид, организационная культура, отношение средств массовой информации к служащему, отношение населения к служащему, окружение.

В ходе анализа работы И.П. Бушуевой стоит отметить, что индивидуально-личностные факторы влияют на профессиональный рост государственных гражданских служащих, они проявляются в характеристиках ценностных ориентаций, мотивации, различиях восприятия профессионального развития на дослужебном и служебных этапах.<sup>2</sup>

В работах К.А. Алямкиной, О.В. Кирина, В.Н. Орлова выделены два основных способа формирования имиджа: естественный и искусственный. Под естественным способом формирования понимается непосредственное взаимодействие с населением, представителями общественности, коллегами по работе. Искусственным путем имидж формируется посредством PR-компаний, то есть целенаправленной работы средств массовой информации.

Еще одним важным фактором, способствующим формированию позитивного имиджа власти в регионе, является осознание каждым индивидом своей роли в региональном «соуправлении».

В рамках написания выпускной квалификационной работы, нами было проведено социологическое исследование на тему: «Имидж государственного

---

<sup>2</sup> Бушуева И.П. Управление профессиональным развитием государственных гражданских служащих: региональный аспект: автореф. дис. ... канд. соц. наук. - Нижний Новгород, 2018. - С. 18.



гражданского служащего», в котором приняло участие 176 жителей г. Пензы, возрастной категории от 18 лет и старше. Исследование проводилось в апреле 2020 года с помощью интернет-опроса. Цель данного исследования – выявить имидж государственных гражданских служащих региона, а также узнать степень доверия к ним.

Исходя из результатов можно сказать, что сделанный нами анализ доказывает, что в настоящее время авторитет государственной власти во многом зависит от уровня компетентности, профессионализма ее представителей на всех уровнях власти: начиная федеральным и заканчивая местным. Опираясь на это, стоит отметить, что немаловажное значение имеет социально-психологическая компетентность: умение и готовность работать с гражданами, выражать их интересы и защищать, завоевывать доверие, свой собственный авторитет, формировать в их глазах не просто положительный образ, а высокий имидж своих качеств, формирующих себя как человека, представителя, исполнителя «воли» государства.

Однако стоит заметить, что образ государственного служащего зависит не только от его персональных качеств, результатов трудовой деятельности, но и от организации, в которой он работает и от других чиновников, в сотрудничестве с которыми он достигает поставленных целей и задач.

Формирование позитивного имиджа государственных гражданских служащих является необходимым фактором повышения эффективности деятельности государственных органов и системы государственной службы. Имидж определяет степень поддержки власти обществом, отражает уровень доверия и эффективность деятельности государственного аппарата, а также необходим для ускорения реализации государственных решений и идеологии государства.

На построении имиджа гражданских служащих сказываются трудности в профессиональном самоопределении, формировании профессиональной идентичности, именно поэтому важно учесть особенности управления имиджем служащего. В первую очередь, это отражение событий,

направленных на повышение оценки имиджа служащих гражданами, а также обработка актуальной информации и прогноз реакцией на нее. Для того чтобы привлечь внимание к образу служащего, необходимо осветить его с новой, ранее не знакомой гражданам стороны, а также удержать внимание публики. Процесс управления имиджем государственных гражданских служащих необходимо осуществлять комплексно по нескольким направлениям: непосредственно внутри самого института государственной службы, напрямую воздействуя на самих служащих, и во внешней среде, оказывая влияние на общественное мнение.

**Во втором параграфе второй главы «Направления развития системы принципов формирования позитивного имиджа государственных гражданских служащих (на примере Инспекции ФНС России по Железнодорожному району г. Пензы)» рассматриваются рекомендации для выстраивания позитивного имиджа государственных гражданских служащих.**

Для более качественного управления служебным поведением государственных служащих, руководителям Инспекции необходимо применять социально-психологические и морально-этические методы управления, которые способствуют необходимому производственному поведению сотрудников в соответствии с поставленными целями.

Для поддержания высокого уровня служебного поведения государственных служащих в Инспекции необходимо проводить теоретико-практические семинары с целью совершенствования служебного поведения.

Для формирования социально-психологической компетентности необходимо проводить тренинг делового общения, который является одним из методов организационно-психологического воздействия на основе соответствующей подготовки руководителей и членов комиссии.

Для более эффективной реализации и распространения практики формирования позитивного имиджа государственных гражданских служащих

необходимо разработать соответствующую стратегию, а также определить орган, который будет ответственный за ее совершенствование и реализацию.

Так как государственные гражданские служащие являются представителями органов власти, то их имидж и поведение оказывают огромное влияние на формирование доверия не только к государственному служащему как субъекту деятельности, но и к органам власти в целом. Поэтому важно разработать стратегию, которая будет включать в себя: определение миссии; долгосрочных целей; этических принципов; разработку стандартов поведения и внешнего вида государственных гражданских служащих; создание корпоративной, или организационной, культуры института государственной гражданской службы и органов исполнительной власти, то есть системы ценностей, идей, обычаев, распространяемых в организации для формирования норм поведения служащих; обучение государственных гражданских служащих основам формирования успешного имиджа, а также основам эффективной коммуникации.

Стратегия также должна включать в себя систему мер, направленных на государственную гражданскую службу в целом, и государственных гражданских служащих в частности.

Для поддержания деятельности отдела по формированию позитивного имиджа органов исполнительной власти Пензенской области необходимо проводить социологические исследования, направленные на выявление уровня поддержки населением деятельности государственных гражданских служащих.

С помощью имиджа государственный служащий должен транслировать обществу только те качества, которые подчеркивают его преданность делу, непредвзятость, неподкупность, уважение прав и свобод граждан. Только такая целенаправленная работа над своим образом способствует развитию тех необходимых стандартов, которым должен соответствовать любой государственный служащий в глазах общества. Работа над имиджем должна

вестись повсеместно, ведь образ государственных служащих отражает образ всего государства в целом.

В **заключении** подводятся общие итоги исследования. Проблема имиджа государственной службы – это проблема восприятия государственного служащего, как со стороны общества, так и со стороны его коллег и вышестоящих лиц. Кроме того, это проблема ассоциативных связей, которые вызывает образ госслужащего в целом у подавляющей части населения страны. Именно имидж еще на бессознательном уровне либо пробуждает желание сотрудничать, либо приводит к отторжению самой мысли о сотрудничестве.

Имидж государственного служащего, как субъекта власти, рассчитан, в первую очередь, на восприятие и оценку его объектами властных действий, с тем, чтобы их в числе прочих факторов обеспечивать подчинение этим действиям. В свою очередь, реализация субъектом власти своих полномочий должна проводиться с соблюдением определенных правил или принципов управления.

Для повышения имиджа органа власти помимо особенностей своей профильной деятельности, необходимо использовать современные каналы коммуникации и взаимодействия власти и населения.

Процесс управления имиджем государственных гражданских служащих необходимо осуществлять комплексно по нескольким направлениям: непосредственно внутри самого института государственной службы, напрямую воздействуя на самих служащих, и во внешней среде, оказывая влияние на общественное мнение. Позитивный имидж государственного гражданского служащего ведет к достаточно устойчивому, высокому уровню доверия и соответствующим действиям поддержки гражданами власти, что, определенной степени, способно быть залогом стабильности системы государственного управления и в кризисные периоды общественного развития.

Формирование позитивного имиджа государственного служащего выступает одним из необходимых факторов эффективного функционирования и развития института государственной службы в целом.

Важно отметить, что сложившийся имидж государственного служащего на постсоветском пространстве является результатом созданных институтов и установленных норм и правил, в основе которых лежат принципы, не отвечающие потребностям общества. Изменить сложившиеся процессы и отношения в системе государственной власти традиционными методами весьма сложно, поскольку они несистемные и направлены на «лечение» последствий, а не причин. Нетрадиционные же методы имеют неприемлемый уровень риска, т.к. их реализация затрагивает основы государственного правления и действующей общественно-экономической формации.