

САМОИМИДЖ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ГРАЖДАНСКИХ СЛУЖАЩИХ: ПРОБЛЕМЫ И ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ

Иванова Н.Л., Петько Б.Б.¹

Аннотация

Статья посвящена актуальной в современных условиях проблеме имиджа гражданских служащих с позиции сложных задач, стоящих сегодня перед государственным управлением. Особенности и факторы имиджа рассматриваются с позиции нового для сферы государственного управления подхода, согласно которому в имидже гражданских служащих отражается их идентичность (Я-концепция) как результат процесса самоопределения, обретения профессии и статусно-ролевой позиции в обществе. Проверилась гипотеза о том, что имидж государственных служащих связан с особенностями их социальной идентичности. Различное соотношение когнитивных и ценностно-мотивационных компонентов идентичности проявляется в восприятии личных и профессиональных качеств, уровня профессионализма, привлекательности служащих. Профессиональные компоненты в структуре идентичности являются основой как для выполнения поставленных задач, так и для самореализации и развития личности.

Цель исследования: выявить проблемы и факторы имиджа государственных служащих, связанные с особенностями их самоопределения, социальной идентичности, статусно-ролевой позиции. Исследование проводилось в виде опроса (анкетирования). Выборка: 200 чиновников различных должностей со стажем работы не менее года в государственных органах. Определены проблемы построения имиджа государственных служащих, обусловленные характером их деятельности и современными условиями ее реализации в нашей стране. Выявлены различия в восприятии имиджа служащими с разными типами идентичности, а также субъективные факторы формирования имиджа. Результаты будут полезны для организации кадровой работы, разработки программ психологической поддержки, обучения гражданских служащих для поддержания их позитивного имиджа.

¹ *Иванова Наталья Львовна* – доктор психологических наук, профессор факультета социальных наук. Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». Адрес: 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20. E-mail: nivanova@hse.ru

Петько Богдана Борисовна – аспирант факультета социальных наук, кафедра теории организаций. Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». Адрес: 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20. E-mail: bpetko@hse.ru

Ключевые слова: кадровая работа; имидж; гражданская служба; гражданские служащие; социальная идентичность; профессиональная идентичность; факторы имиджа; государство.

В современных социально-экономических и политических условиях нашей страны перед государственным управлением стоят сложнейшие задачи. Среди них реализация национальных проектов России, направленных на прорывное научно-технологическое и социально-экономическое развитие России (Указ Президента РФ от 7 мая 2018 г. N 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года»), разрешение беспрецедентной ситуации, вызванной вирусной пандемией, природно-климатическими катаклизмами последнего времени и т.д. В результате выросли требования к согласованности действий представителей власти, системе взаимодействия, механизмам и принципам управления (Акимович, 2017; Мантуров, 2020).

Государственная служба как ключевое звено управления государством реализуется в конкретной деятельности чиновников и зависит от их профессиональных и личностных качеств. Именно профессионал способен к саморазвитию, самостоятельной постановке задач и решению сложных проблем (Шадриков, 2007). Для успешной реализации поставленных государством задач нужны чиновники – профессионалы, способные вызвать у граждан доверие и понимание важности выполняемой ими работы, а также настроиться на конструктивное взаимодействие с населением. Такому взаимодействию способствует позитивный имидж, грамотная политика выстраивания бренда государственной службы и ее представителей (Karens, 2016). Имидж является актуальной теоретической и практической проблемой еще и потому, что он связан с самоотношением личности и может быть основой получения нового позитивного опыта общения и достижения поставленных целей (Антонова, Дятлова, 2011).

Имидж гражданских служащих изучается применительно к таким предметным областям, как: эффективность государственного управления (Пименов, 2004), управленческая и нравственная культура государственной службы (Орлова, 2016; Самсонова, 2011), формирование позитивного имиджа (Маслов, 2013), профессиональная деятельность (Канюков, 2017; Лебединова, 2011), брендинг (Кучеров, Пикулева, 2015; Leijerholt, 2019), доверие (Karens, Eshuis, 2016) и т.д.

Так, Ю.С. Самсонова (2011) показывает, что имидж гражданских служащих влияет на процесс оздоровления нравственной среды государственной службы в целом, поскольку в обыденном сознании нравственные качества гражданских служащих определяют оценку работы государственного органа власти. В работе А.В. Пименова (2004) показано, что имидж государственного служащего напрямую воздействует на отношение населения к власти. В силу своей профессиональной позиции гражданский служащий персонализирует государство, выступает в глазах многих людей носителем власти, который, так или иначе, удовлетворяет интересы и потребности граждан.

Положительные образы гражданских служащих, сформированные в обществе, в значительной мере упрощают и удешевляют продвижение госу-

дарственной идеологии, помогают скорейшей реализации государственных решений (Gromark, Melin, 2013), а также поддержанию отношений с внутренними и внешними заинтересованными сторонами (Hood, Henderson, 2005; Leijerholt et al., 2019). Позитивный имидж государственного служащего способствует благоприятному восприятию обществом и гражданами органов власти, активизации социального партнерства (Маслов, 2013). Имидж гражданских служащих связан с общественными ожиданиями, поэтому он задает формат для наиболее эффективного представления перед аудиторией, выступает основой развития управленческой культуры государственного управления, обуславливает политический настрой нации, ее сплоченность и эффективность государственного управления в целом (Орлова, 2016). Кроме того, вопросы имиджа гражданских служащих важны в связи с привлечением в эту сферу молодежи (Зайцева, Нежина, 2019; Кучеров, Пикулева, 2015).

В то же время имидж гражданских служащих и государственной службы в нашей стране пока еще трудно назвать позитивным. По данным опросов общественного мнения, проведенных в последние годы, до 70% респондентов негативно относятся к представителям органов власти и считают невозможным закрепление положительного имиджа в их сознании (Орлова, 2016). Более того, исследователи отмечают фундаментальные патологии бюрократического сознания, моральную ущербность системы ценностей, присущих нашим чиновникам (Оболонский, 2019). Подобное отношение к гражданским служащим как закоснелым бюрократам выявлено во многих европейских странах (Мирошниченко, Михайлова, 2013; Кирина, 2017).

Негативный имидж гражданских служащих переносится на государственную службу, создает сложности в ее адаптации к меняющимся условиям развития страны. В то же время негативное отношение к государственной службе переносится на чиновников, вызывает стигматизацию всей профессиональной группы. Все это может приводить к эмоциональному «выгоранию» гражданских служащих, провоцировать на некачественное исполнение своих обязанностей (Батайкина, 2009).

Надо отметить, что созданию положительного имиджа гражданских служащих уделяется внимание государством и общественными институтами. Повышение престижа государственной службы включено в перечень важнейших направлений развития государственной службы (Указ Президента РФ от 11 августа 2016 г. N 403). Растут затраты из федерального и региональных бюджетов на имидж органов власти. На эти цели было выделено 76,6 млрд руб. в 2016 г., 83,2 млрд руб. в 2017 г. и 88,4 млрд руб. в 2018 г. (Молодов, 2019). Намечались некоторые позитивные сдвиги в этом вопросе. Так, Т.В. Зайцева и Т.Г. Нежина (2019) отмечают, что молодежь стала больше ценить гарантии и защищенность на государственной службе, предпочитая ее неустойчивому и зачастую бесправному положению сотрудников в коммерческих организациях. Но пока еще не наблюдается стойкой тенденции позитивного восприятия этой сферы в обществе.

Несмотря на явную актуальность проблемы имиджа гражданских служащих, остается много вопросов о природе и механизмах управления этим явлением. Поэтому необходимо с различных позиций изучать имидж чи-

новников, выявлять новые механизмы и факторы его формирования, применимые в системе управления кадрами государственной службы.

В данной статье уделяется внимание представлениям гражданских служащих о себе, своей профессиональной группе, условиях деятельности и взаимодействия в профессиональной среде. Это в определенной степени относится к самоимиджу, но не сводится к нему, поскольку эти представления отражают и более широкий пласт общественного сознания. Как показал Д.Г. Передня (2016) на примере имиджа полиции, в общественном сознании есть сходство представлений об этой профессиональной группе, поскольку все члены российского общества контактируют с ней, проживают в однородном социокультурном контексте, правовой системе, медиапространстве. Кроме того, интегральный показатель, включающий самоимидж и воспринимаемый имидж, на 45% определяет эффективность деятельности гражданских служащих по параметру «полнота детерминации» (Лебединова, 2011).

Мы ставим исследовательские вопросы: почему гражданские служащие все-таки не проявляют нужной эффективности в поддержании своего положительного имиджа? Какие для этого необходимы личностные ресурсы самих гражданских служащих?

При ответе на эти вопросы обращает на себя внимание ряд проблем, связанных с характером деятельности гражданских служащих и условиями ее реализации. Они проявляются в специфике самоопределения чиновников, формирования их системы ценностей, их поведения и, как следствие, построения имиджа.

1. Особенности статуса и характер деятельности гражданских служащих. Согласно законодательству РФ, государственные служащие – это граждане России, которым предписан широкий спектр служебных обязанностей (правил, ограничений, исполнения разнообразных поручений, повышения своего уровня квалификации и т.д.) в рамках определенной государственной должности (ФЗ от 27.05.2003 N 58-ФЗ, ФЗ от 27.07.2004 N 79-ФЗ). Служебное поведение гражданских служащих должно следовать общим принципам, направленным на повышение доверия общества к государственным институтам и создание условий добросовестного и эффективного исполнения должностных обязанностей государственными служащими (Указ Президента РФ от 12.08.2002 N 885).

В этом статусе гражданских служащих заложено потенциальное противоречие между их личными (гражданскими) ценностями, установками, поведенческими паттернами и теми ролевыми требованиями, которые предписаны им должностными обязанностями. В то же время многие события в стране и мире проверяют на прочность сложившуюся систему нравственных координат человека, вызывают необходимость пересмотра некоторых позиций и т.п. Искажение или потеря ценностных ориентиров в процессе самоопределения личности составляет угрозу построению имиджа (Антонова, Дятлова, 2011). Поскольку имидж оказывает регулирующее воздействие на поведение и профессиональную деятельность гражданских служащих через мотивационно-потребностную сферу (Лебединова, 2011), при существенном расхождении ценностных ориентаций служащих с требованиями профессии возни-

кает угроза снижения качества выполнения профессиональных задач. Высокая социальная значимость, ответственность приводят к усилению нервного напряжения, стрессам, рискам профессионального выгорания гражданских служащих (Агапова, 2017). Неслучайно деятельность гражданских служащих считается психологически очень сложной, может сопровождаться личностными ошибками, срывами, оказывающими негативное влияние на имидж.

2. Динамические, кризисные явления в системе государственного управления нашей страны, связанные: а) с масштабом и сложностью проводимой реформы государственного управления, направленной на разрешение противоречий в тенденциях развития государства и гражданского общества, формирование новых институтов общества и власти и т.п. (Барабашев, 2016); б) оптимизацией функций и структуры исполнительной власти, внедрением новых механизмов управления, таких как управление по результатам, новые элементы регулирования (Барабашев, Клименко, 2017); в) кризисом системы государственного управления, проявляющемся в неравномерности инновационного развития, расслоении современного мира, усилении ситуативной конкуренции государств и разных укладах жизни (Барабашев, 2016).

Реформирование системы государственного управления сопряжено с резкими изменениями требований к компетенциям чиновников и может сопровождаться проблемами психологического плана, кризисом профессиональной идентичности. Как было показано О.С. Андреевой и Е.В. Цаплиным (2019), кризис профессиональной идентичности гражданских служащих проявляется в структурах интеллекта и личности. Наблюдается рассогласованность ценностей и целей служащих с ценностями их профессиональной службы, несколько повышенный нейротизм и более высокая мотивация здоровья. Это сложное состояние может иметь негативные последствия для результатов деятельности гражданских служащих в плане их коммуникаций с населением, самопрезентации, самопозиционирования, что препятствует построению позитивного имиджа.

3. Изменения коммуникативной парадигмы деятельности гражданских служащих, проявившиеся в ходе административной реформы: а) обеспечение открытости, информационной доступности государственной гражданской службы (Орлова, 2016); б) новые условия взаимодействия государственных органов со СМИ, которые сегодня оказывают наибольшее влияние на конструирование имиджа государственной службы (Батайкина, 2009). Современные государственные служащие значительно чаще, чем раньше, должны проявлять высокий уровень компетенций публичного поведения. Такие условия деятельности сокращают их личное пространство, лишают чувства психологической защищенности, повышают эмоциональное напряжение. Более того, дискурс СМИ в отношении государственной службы является преимущественно «агрессивно-критическим» (Батайкина, 2009). Дело доходит до того, что из-за «травли» госслужащих в российском обществе им иногда стыдно признаваться, что они относятся к чиновникам (Песков, 2019). Все это негативно сказывается на возможности построения позитивного имиджа и вызывает необходимость рассмотрения вопроса о границах взаимодействия органов власти со СМИ (Орлова, 2016).

4. Отсутствие необходимого опыта формирования положительного имиджа гражданских служащих и достаточных знаний о механизмах этого процесса в системе государственного управления. Вопросами формирования имиджа, брендинга исторически более эффективно занимаются частные организации. Необходима специальная работа по изучению и адаптации принципов построения имиджа, брендинга, заимствованных из частного сектора, для решения специфических задач организаций государственного сектора (Leijerholt, 2019).

Все это создает неопределенность в понимании служащими своей позиции в обществе, среди социальных и профессиональных групп, в выстраивании своего профессионального образа и т.д. Между тем имидж гражданских служащих играет важную роль как для государства и граждан, так и для профессионального самоопределения и развития чиновников. Поэтому необходимо расширять спектр подходов для понимания природы и механизмов функционирования имиджа и его роли в профессиональном самоопределении и развитии гражданских служащих.

Можно выделить ряд подходов: социально-перцептивный, социально-коммуникативный и деятельностный. В соответствии с ними имидж рассматривается как:

- социально-перцептивный образ: объединяет восприятие внешнего облика человека и формирование представления о его психологических характеристиках (Бодалев, 1965), функционирует как значимый параметр оценки во всей системе взаимоотношений людей (Андреева, 2014), возникает в результате непосредственного общения и взаимодействия, а также на основе передаваемых мнений (Петрова, 2007), может быть индикатором психологического благополучия (Реан, 2018);
- символический образ субъекта, отражающий образ Я: создается в интерсубъектном взаимодействии благодаря культурным символам и представлен имиджеобразующими символами (вербальными и невербальными). В основе данного образа лежит Я-концепция субъекта (Перелыгина, 2004); этот образ формируется в процессе самоопределения личности при ответе на вопросы: «Кто я есть?» и «Кем и каким я хочу быть в глазах других людей?» (Антонова, Дятлова, 2011);
- динамический образ: формируется как продукт деятельности и основная характеристика, по отношению к которой все фактические описания субъекта деятельности являются вторичными (Канюков, 2017).

Таким образом, имидж – это, прежде всего, продукт социального познания, который имеет активную природу и формируется по отношению к субъекту в процессе взаимодействия, деятельности, информационного обмена. Все это говорит о важности исследования аспектов имиджа, связанных с особенностями самосознания, осознанности, самоидентификации и профессионального развития гражданских служащих, которые вносят свой вклад в создание имиджа.

Мы рассматриваем имидж с позиции достаточно нового для сферы государственного управления подхода – социальной идентичности (Social Identity Approach). В его основе лежит теория социальной идентичности А. Тэшфела

и Дж. Тернера (1986). В рамках этого подхода проводятся исследования различных аспектов социального поведения людей и жизнедеятельности организации (Slater et al., 2020).

Социальная идентичность рассматривается как часть индивидуальной Я-концепции, которая происходит от знаний индивида о собственной принадлежности к социальной группе или группам вместе с ценностными и эмоциональными проявлениями этой принадлежности (Tajfel, 1979). По сути это когнитивная система, выполняющая роль регуляции поведения индивида в соответствующих условиях. Внутренняя сопричастность человека к профессиональным, социально-политическим и другим сообществам является фактором его межличностного и межгруппового поведения и взаимодействия (Андреева, 2014; Tajfel, 1986). Идентичность проявляется как продукт социального развития человека (Андреева, 2014) и организационной социализации (Moynson et al., 2017), как социальное ядро личности (Jetten, Haslam, 2012), как основа ценностного отношения к действительности, включая отношение к своему здоровью (Haslam, Jetten et al., 2018). Сформированная социальная идентичность свидетельствует о наличии у человека субъективных критериев систематизации собственного опыта, оценки профессионализма и тенденции включенности в организационный контекст (Иванова, Климова, 2018).

Важно подчеркнуть, что в рамках подхода социальной идентичности мотивацией самоидентификации признается самоуважение, связанное со многими другими компонентами Я, обеспечивающими процесс саморазвития (система знаний о себе, внутренний баланс и постоянство, личностная сила и самоконтроль, самооценка и т.д.). Поэтому по характеристикам идентичности можно судить о тех группах, которые человек признает своими, стремится занимать в них достойное место, где поддерживается его самооценка и чувство самоуважения.

В исследованиях структуры социальной идентичности выявлено, что представления личности о своей принадлежности к тем или иным группам (когнитивный компонент) сочетаются с мотивацией и ценностями (ценностно-мотивационный компонент). Из соотношения этих компонентов были выделены различные виды социальной идентичности: базисная, индивидуально-личностная, профессионально-деловая (Иванова, 2004).

Опираясь на данный подход, мы рассматриваем имидж государственного служащего как целостный образ личностных и профессиональных качеств, который сложился в сознании воспринимающих его людей путем непосредственного опыта взаимодействия или опосредованно через передаваемую информацию. Несмотря на то, что это динамичный образ, в нем отражаются личностные и профессиональные качества человека, сформированные в результате длительного процесса самоопределения и оказывающие влияние на дальнейшее развитие личности, такие как социальная идентичность (Я-концепция). Эта характеристика личности может быть достаточно устойчивой, например, как идентичность «советский человек», серьезные переживания по поводу потери которой наблюдались долгие годы (Андреева, 2009). Поэтому можно сказать, что имидж гражданских служащих задается границами их идентичности, которая формируется в процес-

се социализации и профессионального обучения, осознается и проявляется в поведении и взаимодействии с другими людьми. А возможность поддерживать самооценку и удовлетворять потребность в самоуважении личности относится к субъективным условиям поддержания позитивного имиджа.

Для нас этот подход важен, прежде всего, в контексте выявления личностных ресурсов построения имиджа гражданских служащих, заложенных в структуре их идентичности.

Отметим здесь особую роль профессиональной идентичности. Е.П. Ермолаева (2001) показала, что профессиональная идентичность как устойчивое согласование основных элементов профессионального процесса обеспечивает успешную профессиональную адаптацию, профессиональную карьеру, служит ведущим фактором психологического благополучия, которое дает ощущение стабильности окружающего мира, уверенности в своих силах в обществе с высоким социальным статусом. Позднее Е.П. Ермолаева пришла к выводу (2017), что в современных условиях профессиональный маргинализм все чаще становится нормой, на уровне как индивидуального, так и общественного сознания. Маргинальность проявляется в разрыве между понятиями «Я умею» и «Я имею», в расхождении понятий «профессионал» и «должность», в психологической готовности общества принимать низкий уровень профессиональных услуг, не отвечающих социальным ожиданиям. Добавим, что профессиональный маргинализм приводит к непринятию индивидом значимости и ценностей своей профессии, снижению качества работы. Все это говорит о важности выявления особенностей идентичности, способствующих профессиональной самореализации и развитию личности.

Наше исследование направлено на выявление идентификационной основы имиджа гражданских служащих в контексте повышения профессионального уровня и качества работы гражданских служащих. Надо отметить, что на сегодня крайне мало работ, проводимых в этом направлении.

Таким образом, имидж гражданских служащих базируется на комплексе когнитивных и ценностно-мотивационных компонентов их социальной идентичности, в котором сосредоточено субъективное знание о своем соответствии требованиям профессии, статусно-ролевой позиции в обществе, целях и ценностях своего сообщества на уровне организации, региона, страны и т.д.

Имидж зависит от многих факторов: от того, что о нем говорят, пишут, от тенденций моды, ситуации в обществе и т.п. Среди этих факторов, по нашему мнению, основное место занимает личность человека, его понимание себя и своей профессии. Именно это транслируется в его имидже. Но эта сторона имиджа исследована пока что менее всего. Понимание субъективной природы имиджа может существенно дополнить существующие технологии управления имиджем. Следуя этой логике, при управлении имиджем гражданских служащих важно четко определить их основную профессиональную функцию, социально-ролевой статус по отношению к другим категориям граждан, помочь им понять, кому, с какой целью транслируется их символический образ. Соответственно выстраиваются детали внешнего образа служащего (манеры поведения, внешний вид и т.п.), повышается профессиональный уровень, меняется качество работы гражданских служащих и т.д.

Эти теоретические основания легли в основу нашего эмпирического исследования, посвященного проблеме имиджа гражданских служащих в современных условиях.

Предмет исследования: проблемы и факторы имиджа гражданских служащих, связанные с особенностями их самоопределения, социальной идентичности, статусно-ролевой позиции.

Проверялась гипотеза о том, что в имидже гражданских служащих отражаются особенности их социальной идентичности: принятие статуса и ценностей госслужбы в обществе, своей профессии. Различное соотношение когнитивных и ценностно-мотивационных компонентов идентичности проявляется в представлениях гражданских служащих об имидже этой профессиональной группы. Профессиональные компоненты в структуре идентичности (Я – профессиональная деятельность и Я – профессиональный статус) связаны с позитивным мнением о своей профессии, а также возможностях самореализации и профессионального развития в ней.

В этих предположениях мы основывались на проведенном теоретическом анализе проблемы имиджа, факторах его формирования в системе государственной службы. В частности, на данных о деятельностном и социально-коммуникативном характере имиджа, о его роли в эффективности профессиональной деятельности гражданских служащих и связи с компонентами социальной идентичности (Антонова, 2011; Лебединова, 2011). Как показано в исследовании Ю.К. Лебединовой (2011), субъективный образ гражданских служащих связан с социальной идентичностью, самооценкой личности, уровнем притязаний и самоотношением.

Выборка рандомизированная. В нее вошли государственные гражданские служащие, занимающие различные должности, от консультанта до начальника отдела, работающие в разных по уровню управления государственных органах Российской Федерации (N=200). Среди них женщин – 68,5%, мужчин – 31,5%, все они имеют высшее образование, стаж работы – от 1 года до 33 лет. Возрастной состав: 14% в возрасте от 22 до 25 лет, 31% в возрасте 26–35 лет и 55% – старше 36 лет.

Проводился анонимный письменный опрос государственных гражданских служащих путем рассылки анкеты через интернет и электронную почту.

Опрос государственных гражданских служащих состоял из трех частей:

1. Вопросы относительно социальных, профессиональных характеристик, которые, по сути, отражают объективные условия формирования самосознания гражданских служащих. Респонденты отмечали: свой пол, возрастную группу, стаж работы, уровень образования, опыт работы (дихотомическая шкала, закрытые и открытые вопросы).

2. Вопросы об особенностях самосознания, самоидентификации гражданских служащих (когнитивные и ценностно-мотивационные компоненты).

Когнитивные особенности определялись на основе методики «Кто Я?» М. Куна и Т. Мак-Партленда в модификации Т. В. Румянцевой (2008). Фиксировалось количество ответов по показателям идентичности: личностные, профессиональные, семейные, статусно-ролевые, национальные, деятельностные, глобальные. Ценностно-мотивационные компоненты определя-

лись при ответе на блоки вопросов относительно мотивации выбора профессии, отношения к карьере, профессии, коллегам, организации.

3. Вопросы о представлениях гражданских служащих об имидже чиновников и государственной службе в целом: а) по личностным, профессиональным качествам чиновника, материальному статусу и уровню профессионализма чиновников; б) по привлекательности государственной службы; в) по привлекательности имиджа служащих.

Проводился корреляционный (коэффициент корреляции Спирмена) и факторный анализ (метод главных компонент, вращение методом varimax) с использованием пакета статистических данных Statistica 10.

Результаты исследования

Параметры имиджа государственных гражданских служащих.

А. *Личностные качества государственных гражданских служащих*, которые в наибольшей степени были представлены в ответах респондентов и распределились в следующем порядке (табл. 1):

Таблица 1

Личностные качества гражданских служащих (среднее значение по выборке)

№	Личностные качества	Средняя выраженность по выборке
1	Ответственность	0,82
2	Уважение к законам	0,61
3	Принципиальность	0,48
4	Самоорганизация	0,45
5	Чувство служения	0,38
6	Доброжелательность	0,35
7	Честность	0,31
8	Справедливость	0,29
9	Бескорыстие	0,25
10	Творческий подход	0,20
11	Предприимчивость	0,17

Источник: Здесь и далее, если не указано иное, составлено авторами.

Наиболее выраженными качествами личности, представленными в имидже гражданских служащих, являются ответственность, уважение к закону, принципиальность и самоорганизация. Эти качества имеют большое значение для уровня выполнения профессиональной деятельности. В частности, качества «ответственность», «самоорганизация», «самостоятельность» лежат в основе современных программ профессионального обучения гражданских служащих (Васильева, 2018).

Между тем среди этих качеств нет таких, которые позволяют служащим адекватно реагировать на современные вызовы и не терять чувства, в част-

ности, связанные с уровнем притязаний, самоотношением, поддержанием позитивной самооценки, о которых также идет речь в работах, посвященных имиджу этой профессиональной группы (Лебединова, 2011).

Б. Профессиональные качества гражданских служащих.

Респонденты оценивали по семибалльной шкале 20 пар профессиональных качеств гражданских служащих, представленных в положительном и отрицательном вариантах (например, способный – неспособный).

Наибольшие оценки получили позитивные качества государственных гражданских служащих, среди которых выделились пять качеств: компетентный (2,49), ответственный (2,43), образованный (2,38), квалифицированный (2,35), знающий (2,29), эффективный (2,14). Это крайне важные качества для достижения профессиональных целей, характеризующие, прежде всего, самоимидж и оказывающие влияние на эффективность профессиональной деятельности (Лебединова, 2011).

В то же время для поддержания позитивного имиджа гражданскому служащему важны качества, отражающие его социальные компетенции, способность к действенному оказанию помощи гражданам, созданию доверия (Батайкина, 2009), а также к проявлению инициативы, креативности, поиску нестандартных решений (Васильева, 2018). Но вместе с тем в нашем исследовании низкие оценки получили качества «помогающий» (2,02), «неравнодушный» (1,98), «рискующий» (1,42), «отважный» (1,27).

В. Уровень профессионализма гражданских служащих.

Оценивая в целом уровень профессионализма государственных гражданских служащих, респонденты дали преимущественно высокие оценки: 67,5% опрошенных выбрали в анкете ответ «Скорее высокий, чем низкий» уровень; 22,5% – ответ «Скорее низкий, чем высокий», 10% отметили «Высокий уровень». В целом, в самоимидже гражданских служащих отражается достаточно позитивное отношение к профессионализму. Но все-таки почти треть служащих не может оценить высоко это качество, что может проявляться в их неуверенности, низком качестве выполнения своих обязанностей и, как следствие, негативном восприятии этой профессии населением.

Г. Материальный статус гражданских служащих.

Респонденты в большинстве своем относят себя к среднеобеспеченным и частично социально защищенным (72%), а также к малообеспеченным и социально не защищенным (28%) слоям населения. Выборов по отношению к высокообеспеченным и бедным слоям населения нет. Несмотря на то, что большая часть респондентов ощущает себя материально защищенными, почти треть из них чувствуют себя иначе, что может сказываться на восприятии имиджа этой профессии. Мотивация гражданских служащих к достижению показателей эффективности и результативности их профессиональной служебной деятельности связана с организацией системы материального стимулирования. Если эта система не отражает фактических результатов труда, ухудшается отношение работников государственного аппарата к исполнению

своих профессиональных служебных обязанностей и, как следствие, снижается доверие населения к государственным служащим (Филаткина, 2012).

Д. Привлекательность государственной службы для молодежи.

Использовался частично косвенный вопрос. Респонденты оценивали привлекательность государственной службы для молодежи в интервале от 1 до 7. Средняя оценка получилась средней – 3,45 балла. Оценки сконцентрированы в интервале от 1 до 5. Частотный анализ оценок показал, что оценки выше среднего (4 и выше) поставили 81 человек (40,5%), среднюю оценку (3) – 75 человек (37,5%), а ниже среднего (1, 2) – 44 человека (22%). Из этих данных видно, что большее количество респондентов считают уровень привлекательности государственной службы ниже средней.

Е. Имидж государственных гражданских служащих.

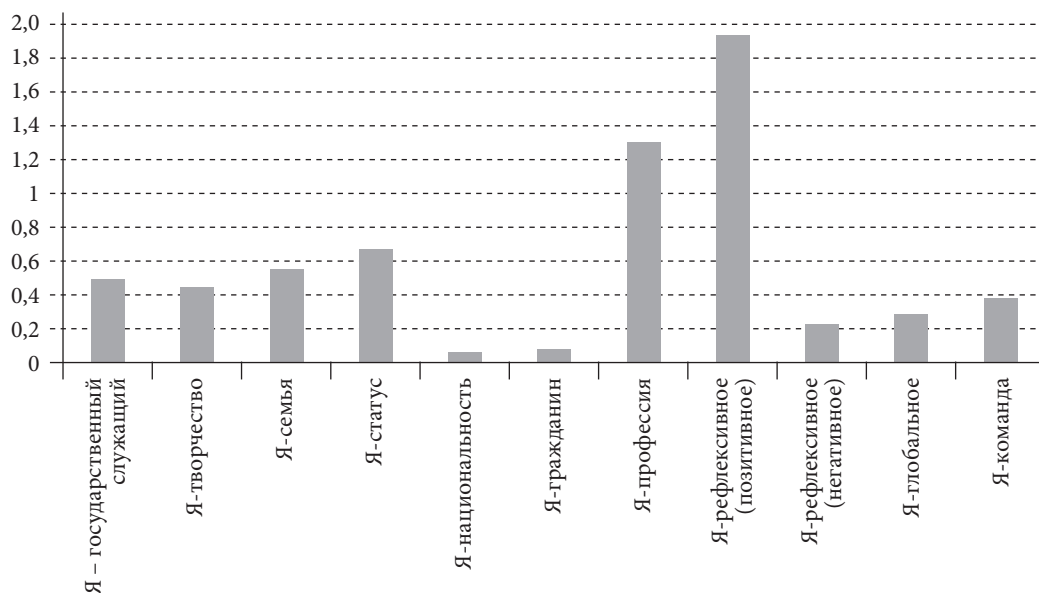
Средняя оценка 3,71 (из 7). Оценки сконцентрированы в интервале от 1 до 6. По частотному анализу высокие оценки (5,6) поставили 62 человека (31%), оценки 3,4 – 98 человек (49%), оценки 1,2 – 40 человек (20%). По суммарному количеству не на много, но преобладают позитивные оценки.

Особенности идентичности государственных гражданских служащих.

А. Когнитивные показатели идентичности. Выявление и анализ когнитивного компонента вызвал наибольшую сложность в данном опросе. Многие респонденты затруднялись в описании себя, ограничились минимальным количеством категорий. Обобщение всех ответов позволило выделить список из 11 показателей (рис. 1).

Рисунок 1

Когнитивные показатели социальной идентичности гражданских служащих (средняя выраженность по выборке)



По горизонтали параметры: 1. Я – государственный служащий. 2. Я-творчество. 3. Я-семья. 4. Я-статус. 5. Я-русский. 6. Я-гражданин. 7. Я-профессия. 8. Я-рефлексивное (позитивное). 9. Я-рефлексивное (негативное). 10. Я-глобальное. 11. Я-команда.

По вертикали: средняя выраженность показателя по выборке (N=200).

Отметим, что при ответе на вопрос «Кто Я?» большее количество описаний связано с позитивными рефлексивными (личностными) и профессиональными качествами. В ряде исследований показано, что именно эти качества являются ведущими у высокоэффективных служащих (Рябова, 2019). Вместе с тем характеристики, в которых выражается причастность человека к различным социальным общностям, менее выражены. Это может иметь негативные последствия для имиджа чиновников, поскольку расходится с требованиями к социальным профессиям. Для формирования имиджа гражданских служащих важна их причастность к различным группам, социальная идентичность (Лебединская, 2011). Социальные статусы гражданских служащих отражают представление о престижности профессии, о материальных возможностях чиновников (Батайкина, 2009).

Б. Ценностно-мотивационные компоненты идентичности гражданских служащих.

Сравнение средних оценок показателей мотивов и ценностей по выборке позволило выявить несколько наиболее и наименее значимых характеристик (табл. 2).

Таблица 2

Показатели наиболее выраженных ценностно мотивационных компонентов идентичности (средние значения по выборке)

Более значимые	Менее значимые
Собственная репутация (4,58)	Мнение друзей (2,65)
Личный уровень ответственности (4,37)	Безопасность работы (2,60)
Человеческое достоинство (4,36)	Рутинная работа (3,11)
Служебные обязанности (4,35)	Спокойная работа (3,16)
Справедливость (4,34)	Мнение коллег (3,49)
Профессиональные достижения (4,12)	
Профессиональное развитие (3,97)	

Можно отметить, что ценностно-мотивационные компоненты идентичности гражданских служащих отражают общественно-значимую направленность их личности. Это соответствует логике требований общества к гражданскому служащему как носителю ценности общественного служения (Оболонский, 2009). В то же время недостаточно проявились мотивы, которые, как показывают исследователи, побуждают заниматься данным видом профессиональной деятельности: потребность в самоутверждении и личностном развитии, социальные мотивы (Лебединская, 2011).

Взаимосвязь когнитивных и ценностно-мотивационных компонентов.

Анализ полученных данных показал, что наиболее значимые связи сконцентрировались вокруг показателей: Я-профессия, Я-семья, Я-рефлексивное (позитивное). Поэтому мы выделили три условных типа идентичности по характеру связи когнитивных и ценностно-мотивационных показателей.

Первый тип – «профессиональная идентичность», в котором профессиональные категории имеют положительную значимую связь с такими переменными, как: «творчество» (0,24), «возможность применить свои знания» (0,23), «желание принести пользу делу» (0,23), «повышение своей самооценки» (0,22), «самостоятельная деятельность» (0,23), «уровень профессионализма и квалификации гражданских служащих» (0,20), «уровень квалификации» (0,20), «востребованность в работе» (0,18). При этом выявлена отрицательная связь с оценкой труда чиновников как интересной, творческой работы (-0,20).

Второй тип – «семейная идентичность», в котором категории, выражающие причастность к семье, близкому кругу людей, положительно связаны с желанием выполнять привычную работу (0,36), приносить пользу делу (0,31), стремиться к хорошему заработку (0,29), выполнять то, что требуют (0,28), быть исполнителем, а не руководителем (0,24), а также с чувством служения (0,27), отношением семьи к работе (0,21), этичным поведением (0,28). Отрицательные связи касаются переменных: «уровень этики руководителей» (-0,30), «эффективность госслужащих» (-0,33), «уровень оплаты труда» (-0,32), «желание решать сложные задачи» (-0,25), «чувство справедливости» (-0,23), «ответственность» (-0,19).

Третий тип – «рефлексивная идентичность», в котором описание себя в категориях личностных качеств положительно связано с переменными: «возможность применить свои знания и умения» (0,49), «политика государственного органа» (0,37), «достойная плата за выполненную работу» (0,37), «этика поведения руководства» (0,35), «статус подчиненного» (0,34), «профессиональная этика» (0,31), «принципиальность» (0,29), «отношение к работе как к товару» (0,29), «самооценка» (0,28), «этические нормы поведения» (0,26), «общение с интересными людьми» (0,26), «возможность научиться новому и развить свои способности» (0,24). Отрицательные связи с переменными: «значение коллектива для достижения результатов в работе» (-0,33), «стремление выделиться или завоевать расположение начальства» (-0,30), «незаменимость сотрудника» (-0,22).

Из этих данных видно, что по параметру «профессиональная идентичность» выявлено наибольшее количество значимых связей с качествами служащих, которые обеспечивают им позитивное восприятие своей профессии благодаря возможности профессионального развития, реализации желания принести пользу делу, людям, государственному органу. По параметру «семейная идентичность» позитивное восприятие имиджа служащего связано со стабильностью его деятельности, комфортными условиями труда, но также и с возможностью приносить пользу организации, иметь хорошие отношения в коллективе и т.п. По параметру «рефлексивная идентичность» для позитивного имиджа госслужащих важны гарантии оплаты

труда, чувство справедливого вознаграждения, возможность проявлять самостоятельность в рамках своей работы.

Выявленные корреляционные связи между показателями самосознания личности (мотивы, ценности, отношения к профессии и др.) и параметрами имиджа (отношение, принятие) позволяют говорить о различиях в восприятии имиджа служащими с разными показателями идентичности. С позиции реализации профессиональных задач наши данные подтверждают выводы Е.П. Ермолаевой (2002, 2017) о значении профессиональной идентичности как для выполнения поставленных задач, так и для самореализации и развития личности. Также мы думаем, что выявленные типы идентичности могут быть полезны для организации работы по управлению имиджем гражданских служащих.

Факторы имиджа.

В результате факторизации матрицы интеркорреляции выделилось два наиболее значимых фактора имиджа, отражающих типы государственных служащих с разными показателями идентичности и особенностями отношения к своей профессиональной деятельности и социальному статусу.

Первый – «фактор репутации и ответственности государственного органа управления (ГОУ)» (доля объясненной дисперсии 0,091). В него с положительным весом вошли переменные ценностных и когнитивных компонентов идентичности, отражающие знание и принятие государственным служащим задач, ценностей, правил, норм деятельности ГОУ (степень силы связи между показателем и фактором больше 0,5): «репутация ГОУ» (0,69), «готовность выполнять требования своей организации» (0,65), «понимание и принятие ценностей ГОУ» (0,62), «возможность помогать» (0,59), «высокие принципы морали в ГОУ» (0,56), «соответствие своих ценностей ценностям ГОУ» (0,53).

С отрицательным весом в этот фактор вошли переменные, отражающие ценностные компоненты идентичности, связанные с оценкой деятельности и поведения своих коллег, противоречиями в деятельности и управлении, угрожающими следованию ценностям и правилам: «пассивность» (-0,79), «невыполнение своих профессиональных обязанностей» (-0,66), «некомпетентность» (-0,65), «поиск счастья только для себя» (-0,61), «отсутствие цели» (-0,55), «рутинность» (-0,55), «отсутствие способностей» (-0,54), «противоречия представлений о благе для общества» (-0,50).

Иными словами, построение положительного имиджа чиновников опирается на уважение, принятие государственного органа управления как «психологического тыла». Опорой служит система законов, требований, регуляторов, причем ценностно понятных и принимаемых чиновниками. Тесная внутренняя связь имиджа чиновника с имиджем государственной службы не раз подчеркивалась исследователями (см., например: Moyson et al., 2017; Пименов, 2004 и др.).

В нашем исследовании проявился очень важный аспект фактора имиджа, связанный с личностью государственных служащих, уровнем их подготовки, личным настроением на развитие своих способностей, поиск себя и т.д.

Это подчеркивает роль самоопределения служащих в построении своего имиджа и необходимость управления этим процессом на протяжении всей их деятельности в организации. В современных условиях вопросы самоопределения возникают, по сути, в ответ на все новые вызовы в обществе и стране. Важно давать возможность служащим получить психологическую поддержку, своевременную информацию, ответы на вопросы в виде четко разработанных документов и т.п. Кроме того, важны внутренние коммуникации в организации, позволяющие служащим прояснить спорные, беспокоящие их вопросы.

Второй фактор – «фактор личной репутации, самоуважения государственного служащего (ГС)» (доля объясненной дисперсии 0,061). В него с положительным весом вошли показатели идентичности государственных служащих, составляющие основу их чувства самоуважения и смысла репутации: «справедливость» (0,77), «равенство» (0,66), «честность» (0,66), «собственная репутация» (0,64), «равенство» (0,64), «открытость для общества» (0,64), «личная объективность» (0,62), «честность» (0,60), «профессиональные этические стандарты» (0,59), «репутация руководителя» (0,58), «уважение внутренних актов ГОУ» (0,57), «личностная свобода» (0,56), «человеческое достоинство» (0,55), «выполнение служебных обязанностей» (0,54), «уважение законов РФ» (0,54), «личный уровень ответственности» (0,52), «совесть» (0,51), «бескорыстие» (0,51).

С отрицательным весом в этот фактор вошли переменные: «потеря должности руководителя» (-0,69), «вознаграждение за любую полезную инициативу» (-0,61), «выполнение привычной работы» (-0,61), «вероятность ухода из своей организации» (-0,61).

Выделение этого фактора демонстрирует, что для построения позитивного имиджа государственных служащих имеют значение их нравственные качества, чувство справедливости, честность, а также репутация как их самих, так и непосредственного руководителя, высокий уровень профессионализма и т.п. Но также важны направленность на развитие и способность меняться в новых условиях, например, быть открытыми для общества.

О том, что позитивный имидж государственных служащих основан на их морально-этических и профессиональных качествах, пишут многие исследователи. Но в нашем исследовании высветился новый аспект этой проблемы, связанный с поддержанием мотивации самоуважения чиновников. В русле подхода социальной идентичности именно эта мотивация является основной для построения структуры идентичности. Отметим, что некоторые параметры имиджа распределились почти равномерно в двух факторах. Например, «уважение внутренних актов ГОУ», «уважение законов РФ». Это касается значения законодательной базы для деятельности государственных служащих и подчеркивает важность четких регуляторов для построения позитивного имиджа в этой сфере.

И здесь проявляется стремление человека получить информацию, значимую для самоопределения и обретения идентичности. Поэтому необходимы условия, повышающие самоуважение государственных служащих через оказание им помощи в самоопределении, прояснении своих целей, ценностей, места в социальной и профессиональной структуре общества и т.п.

Выводы

- Проведенное исследование позволяет сделать ряд выводов:
1. 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.
 2. Выявленные корреляционные связи между показателями самосознания личности (мотивы, ценности, отношение к профессии и др.) и параметрами имиджа (отношение, принятие) позволяют говорить о различиях в восприятии имиджа служащими с разными показателями идентичности.
 3. Проблемы формирования позитивного имиджа гражданских служащих, приводящие к трудностям самоопределения личности, касаются: а) особенностей статуса и деятельности чиновников, б) кризисных и динамичных процессов в системе государственного управления, в) изменения коммуникативной парадигмы, направленности дискурса СМИ в отношении государственной службы.
 4. Факторы формирования имиджа гражданских служащих отражают тесную связь репутации, уровня профессионализма государственного органа управления и самих служащих. В построении позитивного имиджа чиновников оказались значимыми: а) степень уважения к уровню деятельности государственного органа управления, опора на систему законов, требований, норм, ценностно понятных и принимаемых чиновниками, б) нравственные качества чиновников, выполнение ими своих обязанностей, направленность на развитие, способность меняться в новых условиях, например, быть открытыми для общества.
 5. На построении имиджа гражданских служащих сказываются трудности в профессиональном самоопределении, формировании профессиональной идентичности. В имидже респондентов недостаточно отражены качества, необходимые для построения конструктивного взаимодействия с гражданами и адаптации к новым требованиям профессии в связи с изменениями реалий жизни. В частности, недостаточно проявляется ориентация служащих на развитие, адаптацию, преодоление трудностей и движение вперед, а также присутствуют сложности в описании себя в социальных терминах, выражающих их причастность к различным социальным группам. Это ослабляет профессиональную идентичность, создает потенциальные проблемы самоопределения служащих, такие как снижение самооценки, эмоциональное выгорание и т.п.
 6. Полученные нами результаты позволяют допустить, что для повышения имиджа гражданских служащих важна психологическая поддержка

ка в самоопределении и удовлетворение мотивации самоуважения, особенно в периоды новых вызовов, которые могут подвергнуть сомнению систему ценностей, убеждений, установок личности. Необходимы условия, способствующие повышению самоуважения гражданских служащих через оказание им помощи в самоопределении, прояснении своих целей, ценностей, места в социальной и профессиональной структуре общества и т.п.

7. Имидж гражданских служащих как кадровая и управленческая технология, направленная на решение поставленных перед государственной службой задач в современных условиях, требует поиска новых подходов, стимулирующих процессы повышения качества работы гражданских служащих, их профессионального уровня. Он также направлен на привлечение и удержание кадров на государственной гражданской службе. Именно сочетание управленческого и социально-психологического подходов дает возможность исследования таких аспектов имиджа, которые связаны с особенностями самосознания, осознанности, самоидентификации и профессионального развития гражданских служащих.

Заключение

Таким образом, имидж как сложно организованный образ функционирует во всей системе взаимоотношений представителей власти с обществом. В имидже выражаются особенности взаимодействия государственных служащих и граждан, их личностная и профессиональная позиция. Современным чиновникам важно уметь доносить до граждан значение целей и результатов своей деятельности и тем самым укреплять позиции своего статуса, гражданской службы и государства. Умение прорабатывать свой имидж и улучшать его становится важной компетенцией государственных служащих.

В данной работе развивается подход, согласно которому имидж государственных гражданских служащих носит социальный характер, формируется и транслируется с помощью механизмов социальной идентификации, ответственных за причастность человека к своей профессии, группе, осознание статусно-ролевого положения и т.д. Идентификационная основа имиджа – это выраженная и осознанная идентичность, которая распознается в процессе взаимодействия и деятельности человека. Поэтому для формирования позитивного имиджа государственных служащих необходимо изучать структуру их социальной идентичности.

Профессиональная идентичность как часть системы идентичности соотносится с ценностями профессии, своего сообщества, уважением к себе. Чувство принадлежности к профессиональной группе является когнитивной основой принятия основных ценностей этой группы и повышения самооценки, уверенности в себе, придает силы для преодоления негативных факторов профессии, движения вперед. Исходя из полученных данных, можно сказать, что в имидже государственного служащего проявляется

осознание человеком своих целей, результатов, профессионально важных качеств, принципов и норм поведения в рамках своей служебной должности и профессии.

Проблема управления кадрами государственной службы в нашей стране состоит в том, что недостаточное внимание уделяется вопросам развития личности служащих, оказанию психологической помощи этой профессиональной группе. Высокий уровень психического выгорания, неадекватная социальная идентичность приводят к развитию комплекса неполноценности, снижению самооценки у государственных служащих.

Наше исследование направлено на оказание помощи государственным органам в разработке программ формирования положительного имиджа государственных служащих, как у населения страны, так и среди самих государственных служащих. Применение полученных данных касается практик кадровой работы, которые нуждаются в новых технологиях развития имиджа государственных служащих. По нашему мнению, построение имиджа должно входить во все кадровые технологии как важнейший элемент деятельности государственных служащих. Имидж задает рамки профессионального взаимодействия и развития служащих. Мы подчеркиваем, что для поддержания имиджа служащему необходимо ценить свою работу, уважать себя, понимать свою значимость, свой социальный вклад в общее дело. Как следствие, управлять своими эмоциями, рационально реагировать на проблему, преодолевать личностные комплексы и т.д. В имидже транслируется уверенность, которую обеспечивает четкое самоопределение, осознанная идентичность. И это помогает гражданам с большим доверием относиться к поставленным государством задачам и оказывать содействие их решению. Подготовка и профессиональное обучение государственных служащих с использованием механизмов самоидентификации государственных служащих является перспективой управления кадрами государственной службы в нашей стране. Для поддержания позитивного имиджа должна проводиться непрерывная работа с личностью в кадрах государственной службы, заключающаяся в помощи в самоопределении, предупреждении негативных психологических последствий стрессов.

Мы рассматриваем свое исследование как пилотное, позволившее определить связь между социальной идентичностью государственных гражданских служащих и их восприятием имиджа. В перспективе необходимо провести анализ идентичности государственных служащих в зависимости от статусов, уровня органа управления, стажа работы. Полагаем, результаты нашего исследования будут полезны в кадровой работе органов государственного управления для обеспечения необходимой психологической поддержки, разработки программ обучения в целях поддержания позитивного имиджа государственных служащих.

ЛИТЕРАТУРА

1. Агапова Е.В. Психологические особенности синдрома профессионального выгорания у государственных служащих. Автореф. дисс. канд. психол. н. – СПб: ФГБОУ ВО Северо-западный государственный медицинский университет им. И.М. Сеченова, 2017.
2. Акимович Е.В. Кризисные коммуникации органов государственной власти в условиях природной катастрофы. Автореф. дисс....канд. политол. н. – СПб: СПбГУ, 2017.
3. Андреева Г.М. Социальная психология. Пятое издание. – М.: Аспект Пресс, 2014.
4. Андреева О.С., Цаплин Е.В. Содержательные характеристики кризиса профессиональной идентичности госслужащих // Психология. Историко-критические обзоры и современные исследования. – 2019. – Т. 8. – № 2А. – С. 115–122.
5. Антонова Н.В., Дятлова А.А. Индивидуальный имидж как результат самоопределения личности // Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2011. – Т. 8. – № 2. – С. 59–68.
6. Барабашев А.Г. Кризис государственного управления и его влияние на основные административные парадигмы государства и бюрократии // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2016. – № 3. – С. 163–194.
7. Барабашев А.Г., Клименко А.В. Состояние и направления реформ российского госуправления // Высшая школа экономики. Препринт. Серия WP8 «Государственное и муниципальное управление». – 2017. – № WP8/2017/03.
8. Батайкина С.В. Имидж государственной службы как социальный конструкт. Автореф. дисс. социол. н. – Казань: КГТУ, 2009.
9. Бодалев А.А. Восприятие человека человеком. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1965.
10. Васильева Е.В. Компетентный подход в государственной службе: какие знания и навыки выбирают госслужащие? // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2018. – № 4. – С. 120–144.
11. Ермолаева Е.П. Мультидисциплинарный подход в модели «человек – профессия – общество» // Институт психологии Российской академии наук. Организационная психология и психология труда. – 2017. – Т. 2. – № 1. – С. 3–22.
12. Ермолаева Е.П. Психология профессионального маргинала в социально значимых видах труда (статья вторая) // Психологический журнал. – 2001. – Т. 22. – № 5. – С. 69–78.
13. Зайцева Т.В., Нежина Т.Г. Привлечение молодежи на государственную и муниципальную службу: Опыт регионов России // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2019. – № 1. – С. 160–189.
14. Иванова Н.Л. Структура социальной идентичности: проблема анализа // Психологический журнал. – 2004. – Т. 25. – № 1. – С. 52–60.
15. Иванова Н.Л., Климова А.В. Адаптация персонала как фактор удержания молодых специалистов на государственной службе // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2018. – № 4. – С. 172–194.

16. Канюков А.Н. Деятельностный подход к исследованию имиджа политика: Методика ЭМОИ // Вопросы управления. – 2017. – № 2. – Т. 45. – С. 129–136.
17. Кирина О.В. Современные тенденции формирования имиджа государственного служащего // Политика. Экономика. Инновации. – 2017. – № 1. – Т. 11. – С. 1–6.
18. Кучеров Д.Г., Пикулева О.А. Брендинг государственной гражданской службы в России // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2015. – № 4. – С. 65–78.
19. Лебединова Ю.К. Имидж как фактор эффективности профессиональной деятельности государственных служащих Российской Федерации. Автореф. дисс. канд. психол. н. – СПб: Северо-Западная Академия гос. службы, 2011.
20. Маслов И.В. Формирование имиджа органов исполнительной власти региона. Автореф. дис. ... канд. социол. н. – Белгород: ГНИУ, 2013.
21. Мирошниченко О.Н., Михайлова М.В. Формирование позитивного образа государственного гражданского служащего: отечественный и зарубежный опыт // Вестник Чувашского университета. – 2013. – № 4. – С. 147–155.
22. Молодов О.Б. Имидж региональных органов власти: теоретические основы и проблемы формирования // Вопросы территориального развития. – 2019. – № 10. – С. 1–12.
23. Оболонский А.В. Чиновник как социальное зло (патологии бюрократического сознания) // Общественные науки и современность. – 2019. – № 1. – С. 87–98.
24. Орлова В.Н. Позитивный имидж государственных гражданских служащих как основа развития управленческой культуры // Управленческое консультирование. – 2016. – № 7. – С. 14–18.
25. Перельгина Е.Б. Восприятие и изменение имиджа как феномена intersubъектного взаимодействия // Российский психологический журнал. – 2004. – С. 26–43.
26. Песков Д.С. Интервью изданию «Аргументы и факты». 16.01.2019. URL: <https://versia.ru/peskov-prokommentiroval-negativnoe-otnoshenie-rossiyan-k-chinovnikam> (дата обращения: 20.07.2020)
27. Петрова Е.А. Имидж как фактор продуктивной политической коммуникации // Корпоративная имиджелогия. – 2007. – № 1. – Т. 1. URL: http://www.ci-journal.ru/article/70/200701polit_image (дата обращения: 27.07.2020).
28. Пименов А.В. Формирование позитивного образа государственного служащего как фактора повышения эффективности государственного управления в субъекте Российской Федерации. Автореф. дисс. канд. социол. н. – Нижний Новгород, 2004.
29. Реан А.А., Коновалов И.А. Социально-перцептивный образ различных социальных групп в сознании подростков // Социальная психология и общество. – 2018. – № 2. – С. 60–80.
30. Рябова Т.В. Профессионально значимые характеристики личности государственных служащих // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Философия. Психология. Педагогика. – 2019. – Т. 19. – Выпуск 2. – С. 194–198.
31. Самсонова Ю.С. Имидж государственной службы в условиях административного реформирования в российском обществе. Автореф. дисс. канд. социол. н. – Ростов-на-Дону, 2011.

32. Филаткина М.В. Совершенствование организации оплаты труда государственных гражданских служащих федеральных органов исполнительной власти. Автореф. дисс. канд. эконом. н. – М, 2012.
33. Шадриков В.Д. Проблемы системогенеза деятельности. 2-е издание. – М.: Логос, 2007.
34. Gromark J., Melin F. From market orientation to brand orientation in the public sector // *Journal of Marketing Management*. 2013. No. 29. Vol. 9–10. P. 1099–1123.
35. Haslam C., Jetten J., Cruwys T., Dingle G.A., Haslam S.A. The new psychology of health: Unlocking the social cure // *Health psychology review*. 2018. P. 1–29.
36. Karens R., Eshuis J., Klijn E.-H. The impact of public branding: An experimental study on the effects of branding policy on citizen trust // *Public Administration Review*. 2016. Vol. 76. No. 3. P. 486–494.
37. Leijerholt U., Biedenbach G., Hultén P. Branding in the public sector: A systematic literature review and future research opportunities // *Journal of Brand Management*. 2019. Vol. 26. No. 2. P. 126–140.
38. Moyson S., Raaphorst N., Groeneveld S., van de Walle S. Organizational Socialization in Public Administration Research: A Systematic Review and Directions for Further Research // *American Review of Public Administration*. 2017. No. 3. P. 1–18.
39. Slater M.J., Steffens N.K., Fransen K., Haslam S.A. The Social Identity Approach. 2020. URL: <https://books.google.com.au/books?hl=en&lr=&id=NMnXDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT82&ots=B8j9B4icQf&sig=icgRiWA0dOO0Nuj6a9JwPe3rMRo#v=onepage&q&f=false> (дата обращения: 10.07.2020).
40. Stevens M., Rees T., Coffee P., Steffens N. K., Haslam S. A., Polman R. Leading us to be active: A two-wave test of relationships between identity leadership, group identification, and attendance // *Sport, Exercise, and Performance Psychology*. 2020. No. 9. Vol. 1. P. 128–142.
41. Tajfel H. Individuals and groups in social psychology // *British Journal of Social and Clinical Psychology*. 1979. P. 183–190.
42. Tajfel H., Turner J.C. The social identity theory of intergroup behavior // *Psychology of Intergroup Relations*. 1986. P. 7–24.

SELFIMAGE OF PUBLIC CIVIL SERVANTS: THE FEATURES AND FACTORS

Nataliya L. Ivanova

Doctor of Psychology, Professor, Faculty of Social Sciences,
National Research University Higher School of Economics.
Address: 20 Myasnitskaya Str., 101000 Moscow,
Russian Federation.
E-mail: nivanova@hse.ru

Bogdana B. Petko

PhD-student, the Department of Organizational Theory,
School of Politics and Governance, Faculty of Social Sciences,
National Research University Higher School of Economics.
Address: 20 Myasnitskaya Str., 101000 Moscow,
Russian Federation.
E-mail: bpetko@hse.ru

Abstract

The article is devoted to the image of civil servants from the perspective of complex tasks facing public administration today. The features and factors of the image are considered from the perspective of a new approach for the sphere of public administration, according to which the image of civil servants reflects their identity (Self-concept) as a result of the process of self-determination, finding a profession and status-role position in society. The hypothesis states that the image of civil servants is related to the peculiarities of their social identity, personal and professional qualities, the level of professionalism, and the attractiveness of employees. Professional identity is the basis for both the fulfillment of tasks, and for self-realization and personal development. The purpose of the study is to identify problems and factors of the image of civil servants associated with the peculiarities of their self-determination, social identity, status and role position. The study was conducted in the form of a survey (questionnaire). A sample is comprised of 200 officials of various positions with at least a year of experience in government agencies. New data on the problems of building the image of civil servants, related to the nature of their activities, and the current conditions for its implementation in our country, have been obtained. Differences in the perception of the image by employees with different types of identity, as well as subjective factors of image formation, are revealed. The results will be useful for organizing personnel work, developing psychological support programs, and training civil servants to maintain their positive image.

Keywords: personnel work; image; civil service; civil servants; self-determination; social identity; professional identity; features and factors of image; state.

Citation: Ivanova, N.L. & Petko, B.B. (2020). Samoimidzh gosudarstvennykh grazhdanskikh sluzhashchikh: problemy i faktory formirovaniya [Selfimage of Public Civil Servants: The Features and Factors]. *Public Administration Issues*, no 4, pp. 141–166 (in Russian).

REFERENCES

1. Agapova, E.V. (2017). *Psychological Features of Professional Burnout Syndrome in Civil Servants*. Saint Petersburg: FSBE HEI North-Western State Medical University.
2. Akimovich, E.V. (2017). *Crisis Communications of State Authorities in the Conditions of a Natural Disaster*. Saint Petersburg: SPbGU.
3. Andreeva, G.M. (2014). *Sotsial'naya psikhologiya* [Social Psychology]. Moscow: Aspekt Press.
4. Andreeva, O.S. & Tsaplin, E.V. (2019). Soderzhatel'nye kharakteristiki krizisa professional'noi identichnosti gossluzhashchikh [Content Characteristics of the Professional Identity of Civil Servants]. *Psychology. Historical and critical reviews and modern research*, no 2A, pp. 115–122.
5. Antonova, N.V. & Dyatlova, A.A. (2011). Individual'nyi imidzh kak rezul'tat samoopredele-niya lichnosti [Individual Image as a Result of Personality Self-determination]. *Psychology. Journal of the Higher School of Economics*, no 2, pp. 59–68.
6. Barabashev, A.G. (2016). Krizis gosudarstvennogo upravleniya i ego vliyanie na osnovnye administrativnye paradigmy gosudarstva i byurokratii [The Crisis of Public Administration and its Impact on the Main Administrative Paradigms of the State and Bureaucracy]. *Public Administration Issues*, no 3, pp. 163–194.
7. Barabashev, A.G. & Klimenko, A.V. (2017). Sostoyanie i napravleniya reform rossiiskogo gosupravleniya [State and Directions of the Economy of the Russian Government]. *Working paper WP8/2017/03*. Moscow: HSE.
8. Bataikina, S.V. (2009). *Imidzh gosudarstvennoi sluzhby kak sotsial'nyi konstrukt* [The Image of Public Service as a Social Construct]. Kazan: KSTU.
9. Bodalev, A.A. (1965). *Vospriyatie cheloveka chelovekom* [Perception of a Person by a Person]. Leningrad: LGU.
10. Ermolaeva, E.P. (2001). Psikhologiya professional'nogo marginala v sotsial'no znachimyykh vidakh truda (stat'ya vtoraya) [Psychology of the Professional Marginality in Socially Significant Works (second article)]. *Psychological journal*, no 5, pp. 69–78.
11. Ermolaeva, E.P. (2017). Mul'tidistsiplinarnyi podkhod v modeli «chelovek – professiya – obshchestvo» [Multidisciplinary Approach in the Model “Person – Profession – Society”]. *Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences. Organizational psychology and labor psychology*, no 1, pp. 3–22.
12. Filatkina, M.V. (2012). *Sovershenstvovanie organizatsii oplaty truda gosudartsvennykh grazhdanskikh sluzhashchikh federal'nykh organov ispolnitel'noy vlasti* [Improving the Organization of Remuneration of Civil Servants of Federal Executive Bodies]. Ph.D. (in Economics) Thesis, Moscow.
13. Gromark, J. & Melin, F. (2013). From Market Orientation to Brand Orientation in the Public Sector. *Journal of Marketing Management*, vol. 29, no 9–10, pp. 1099–1123.
14. Haslam, C., Jetten, J., Cruwys, T., Dingle, G.A. & Haslam, S.A. (2018). The New Psychology of Health: Unlocking the Social Cure. *Health psychology review*, pp. 1–29.
15. Ivanova, N.L. (2004). Struktura sotsial'noi identichnosti: problema analiza [The Structure of Social Identity: the Problem of Analysis]. *Psychological journal*, no 1, pp. 52–60.

16. Ivanova, N.L. & Klimova, A.V. (2018). Adaptatsiya personala kak faktor uderzhaniya molydykh spetsialistov na gosudarstvennoi sluzhbe [Personnel Adaptation as a Factor in Retaining Specialists in the Public Service]. *Public Administration Issues*, no 4, pp. 172–194.
17. Kanyukov, A.N. (2017). Deyatel'nostnyi podkhod k issledovaniyu imidzha politika: Metodika EMOI [An Activity-based Approach to the Study of a Politician's Image: EMOI methodology]. *Management issues*, no 2, vol. 45, pp. 129–136.
18. Karens, R., Eshuis, J. & Klijn, E.-H. (2016). The Impact of Public Branding: An Experimental Study on the Effects of Branding Policy on Citizen Trust. *Public Administration Review*, vol. 76, no 3, pp. 486–494.
19. Kirina, O.V. (2017). Sovremennye tendentsii formirovaniya imidzha gosudarstvennogo sluzhashchego [Modern Trends in the Formation of the Image of a Civil Servant]. *Politics. Economy. Innovation*, no 1, vol. 11, pp. 1–6.
20. Kucherov, D.G. & Pikuleva, O.A. (2015). Brending gosudarstvennoi grazhdanskoi sluzhby v Rossii [Civil Service Branding in Russia]. *Public Administration Issues*, no 4, pp. 65–78.
21. Lebedinova, Yu.K. (2011). *Image as a Factor in the Effectiveness of Professional Activities of Civil Servants of the Russian Federation*. St. Petersburg: Severo-Zapadnaya Akademiya gos. sluzhby.
22. Leijerholt, U., Biedenbach, G. & Hultén, P. (2019). Branding in the Public Sector: A Systematic Literature Review and Future Research Opportunities. *Journal of Brand Management*, vol. 26, no 2, pp. 126–140.
23. Maslov, I.V. (2013). *Formation of the Image of the Regional Executive Authorities*. Belgorod: GNIU.
24. Miroshnichenko, O.N. & Mikhailova, M.V. (2013). Formirovanie pozitivnogo obraza gosudarstvennogo grazhdanskogo sluzhashchego: otechestvennyi i zarubezhnyi opyt [Formation of a Positive Image of a Public Civil Servant: Domestic and Foreign Experience]. *Bulletin of the Chuvash University*, no 4, pp. 147–155.
25. Molodov, O.B. (2014). Imidzh regional'nykh organov vlasti: teoreticheskie osnovy i problemy formirovaniya [Image of Regional Authorities: Theoretical Foundations and Problems of Formation]. *Spatial Development Issues*, no 10, pp. 1–12.
26. Moyson, S., Raaphorst, N., Groeneveld, S. & van de Walle, S. (2017). Organizational Socialization in Public Administration Research: A Systematic Review and Directions for Further Research. *American Review of Public Administration*, no 3, pp. 1–18.
27. Obolonskii, A.V. (2019). Chinovnik kak sotsial'noe zlo (patologii byurokraticheskogo soznaniya) [Official as a Social Evil (Pathology of Bureaucratic Consciousness)]. *Social Sciences and the Present*, no 1, pp. 87–98.
28. Orlova, V.N. (2016). Pozitivnyi imidzh gosudarstvennykh grazhdanskikh sluzhashchikh kak osnova razvitiya upravlencheskoi kul'tury [The Positive Image of Civil Servants as the Basis for the Development of Managerial Culture]. *Management consulting*, no 7, pp. 14–18.
29. Perelygina, E.B. (2004). Vospriyatie i izmenenie imidzha kak fenomena intersub'ektnogo vzaimodeistviya [Perception and Change of the Image as a Phenomenon of Intersubject Interaction]. *Russian psychological journal*, pp. 26–43.
30. Peskov, D.S. (2019). Interv'yu izdaniyu «Argumenty i fakty» [An Interview for «Arguments and Facts»]. Available at: <https://versia.ru/peskov-prokomentiroval-negativnoe-otnoshenie-rossiyan-k-chinovnikam> (accessed: 20 July, 2020).

31. Petrova, E.A. (2007). Imidzh kak faktor produktivnoi politicheskoi kommunikatsii [Image as a Factor of Productive Political Communication]. *Corporate imageology*, no 01. Available at: http://www.ci-journal.ru/article/70/200701polit_image (accessed: 27 July, 2020).
32. Pimenov, A.V. (2004). *Formirovanie pozitivnogo obraza gosudarstvennogo sluzhashchego kak faktora povysheniya effektivnosti gosudarstvennogo upravleniya v sub»ekte Rossiiskoi Federatsii* [Formation of a Positive Image of a Civil Servant as a Factor in Increasing the Efficiency of Public Administration in a Constituent Entity of the Russian Federation]. Nizhnii Novgorod.
33. Rean, A.A. & Kononov, I.A. (2018). Sotsial'no-pertseptivnyi obraz razlichnykh sotsial'nykh grupp v soznanii podrostkov [Socio-Perceptual Image of Various Social Groups in the Minds of Adolescents]. *Social Psychology and Society*, no 2, pp. 60–80.
34. Ryabova, T.V. (2019). Professional'no znachimye karakteristiki lichnosti gosudarstvennykh sluzhashchih [Professionally Important Personal Characteristics of Government Employees]. *Izvestiya Saratovskogo universiteta*. Novaya seriya. Seriya Filosofiya. Psihologiya. Pedagogika, vol. 19, no 2, pp. 194–198.
35. Samsonova, Yu.S. (2011). *Imidzh gosudarstvennoi sluzhby v usloviyakh administrativnogo reformirovaniya v rossiiskom obshchestve* [The Image of Public Service in the Context of Administrative Reform in Russian Society]. Rostov-na-Donu.
36. Shadrikov, V.D. (2007). *Problems of System Genesis of Activity*. Moscow: Logos.
37. Slater, M.J., Steffens, N.K., Fransen, K. & Haslam, S.A. (2020). *The Social Identity Approach*. Available at: <https://books.google.com.au/books?hl=en&lr=&id=NMnXDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT82&ots=B8j9B4icQf&sig=icgRiWA0dOO0Nuj6a9JwPe3rMRo#v=onepage&q&f=false> (accessed: 10 July, 2020).
38. Stevens, M., Rees, T., Coffee, P., Steffens, N. K., Haslam, S. A. & Polman, R. (2020). Leading Us to be Active: A Two-wave Test of Relationships between Identity Leadership, Group Identification, and Attendance. *Sport, Exercise, and Performance Psychology*, no 9, vol. 1, pp. 128–142.
39. Tajfel, H. (1979). Individuals and Groups in Social Psychology. *British Journal of Social and Clinical Psychology*, pp. 183–190.
40. Tajfel, H. & Turner, J.C. (1986). The Social Identity Theory of Intergroup Behavior. *Psychology of Intergroup Relations*, pp. 7–24.
41. Vasil'eva, E.V. (2018). Kompetentnostyi podkhod v gosudarstvennoi sluzhbe: kakie znaniya i navyki vybirayut gossuzhashchie? [Competence Approach in Public Service: what Knowledge and Skills do Civil Servants Choose?]. *Public Administration Issues*, no 4, pp. 120–144.
42. Zaitseva, T.V. & Nezhina, T.G. (2019). Privlechenie molodezhi na gosudarstvennyuy i munitsipal'nyuy sluzhbu: Opyt regionov Rossii [Attracting Young People to State and Municipal Service: Experience of Russian Regions]. *Public Administration Issues*, no 1, pp. 160–189.