

УДК 351

СТРУКТУРА И СЛАГАЕМЫЕ ПЕРСОНАЛЬНОГО ИМИДЖА ЛИДЕРА ГОСУДАРСТВЕННОГО СЛУЖАЩЕГО

Тимофеева С.Е., магистрант гр. МУМ-201, I курс

Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева,

г. Кемерово

Важное значение в деятельности современного государственного служащего имеет формирование его имиджа, который сегодня находится в центре внимания российского общества. Повышение требований к имиджу наблюдается по отношению к любому уровню государственного управления и их должностным лицам. За данный период было разработано несколько теоретических положений, которые рассматривают понятие **имидж**.

Российский ученый Петрова Е.А, говорит «об имидже как о мнении, которое сложилось о каком-то человеке»[11]. Почепцев Г.Г. – «как об образе, сложившимся в массовом сознании»[9]. Мечин В.С. – «как о личном обаянии»[8]. Трубецкой А.Ю. считает, «что имидж - это символический образ субъекта, создаваемый в процессе субъект - субъектного взаимодействия»[10].

Однако по мнению ученых «Единого общепринятого научного определения понятия «имидж» не существует. В переводе с английского, понятие «имидж» буквально означает «образ», «изображение», «точное подобие»[1].

На наш взгляд, имидж государственного служащего является сложным, многофакторным феноменом. Специфика является особенностью государственной службы как разновидность работы, как места в интересах людей, имея характерную деятельность государственного служащего.

Марченко Г.И и Носков И.А. классифицируют имидж по следующим типам:

1) «в зависимости от направленности проявления имиджа: внешний имидж - тот, который проявляется в основном во внешней среде и ориентирован на широкую массу; это образ, отражающийся в сознании граждан, коллег, органов власти, СМИ»[7]. «Внешний имидж складывается из различных форм визуального, вербального, этического выражения и поведения человека»[7]. «Внутренний имидж - формируется внутри конкретной организации как впечатление о человеке, отражающее качество его профессиональной деятельности, взаимоотношения с персоналом, поведение»[7];

2) «в зависимости от эмоциональной окраски: позитивный имидж - такой имидж, объект которого вызывает доверие, желание в дальнейшем работать с ним; формируется в основном за счет PR-деятельности; негативный имидж - формируется оппонентами с помощью черного пиара, антирекламы»[7];

3) «в зависимости от целенаправленности: естественный имидж - имидж, который складывается без специальных PR-акций, рекламы, т.е. стихийно, в результате практической деятельности человека; искусственный - тот, который создается специальными PR-кампаниями с целью формирования положительного имиджа; может не полностью соответствовать действительной результативности профессиональной деятельности человека»[7];

4) «в зависимости от степени рациональности восприятия: когнитивный имидж - ориентирован на узкие слои населения, специалистов в конкретной области, определенные организации; чувственный имидж — ориентирован на широкую аудиторию с целью вызвать сильный эмоциональный отклик»[7];

5) «в зависимости от сочетания внешних и внутренних факторов: само-имидж - оценка самого себя на сегодняшний день, т.е. его самооценка; воспринимаемый имидж - то, как видят человека другие; требуемый имидж - тот, который необходим человеку в соответствии с видом его профессиональной деятельности, занимаемой должности, имеющейся квалификацией»[7].

«Имидж государственного служащего состоит из нескольких уровней (по мнению Иванова Р.Р.) и соответствующих им элементов, характерных персональному имиджу»[7].

«В качестве **первого** рассматривается биологический уровень, который включает в себя такие элементы, как пол, возраст, физические данные и др»[2].

«**Второй уровень** - психологический, состоящий из совокупности следующих элементов: темперамент, характер, воля, память, эмоциональная и психическая организация»[3].

«**Третий уровень** - гносеологический, который в свою очередь включает в себя самопознание, увеличение профессиональных знаний, управленческих навыков»[4].

«**Следующий уровень** - четвертый - перцептуальный. «Этот уровень предполагает использование государственным служащим коммуникативных технологий: искусство общения, публичные выступления, ведение конференций, совещаний, бесед, телефонных разговоров, поведение в нестандартных и конфликтных ситуациях»[5].

«**Пятый уровень** имиджа государственного служащего - семантический, который предполагает использование таких технологий, как умение оставлять о себе хорошее впечатление с помощью вербальных и невербальных средств»[6]. «Важно правильно преподнести себя, безупречно подобрать одежду, прическу, макияж, а также использовать подходящую мимику, язык жестов»[4].

«**Шестой уровень** - этнокультурный, подразумевающий представление человека об окружающем мире, а также освоение тех представлений о мире, которые характерны для этносов, проживающих в данном государстве»[9].

«Следующий уровень - седьмой - социальный. Этот уровень определяет процесс социализации государственного служащего путем его включения в общественные ценности, общепринятые нормы и требования, ожидания, традиции»[7].

«Восьмой уровень имиджа - государственный, предполагающий эффективное осуществление государственным служащим стратегических целей и задач государства»[8].

Таким образом, имиджем государственного служащего отношение некоего образа, в представлении внешнего окружения при наличии определенных свойств (социальных, эстетических, психологических), которые не всегда соответствуют объекту. Однако это воспринимается окружением в рамках социально значимых. Полезно не столько заниматься имиджем, но и держать его на уровне.

Модели отношений с общественностью в России не являются до конца сформированными, чтобы получить эффективные и положительные результаты. Но службы, которые занимаются и создают доверительный имидж государственных служащих, есть необходимое условие работы в любом органе государственной власти. Это объясняется тем, что данные структуры, в которых выполняют поручения такие узкие профессионалы, изменяют существующий на данный момент характер связей органов государственной власти и населения.

Список литературы:

- 1.Алехина, И.В. Имидж и этикет делового человека /И.В.Алехина –М., 2016. 504 с.
2. Востриков К.В. Государственная служба. Кемерово, 2017.
3. Востриков К.В.. Институт государственной службы: становление, социально-политические характеристики. диссертация на соискание ученой степени кандидата политических наук / Кемеровский государственный университет. Кемерово, 2003.
4. Востриков К.В. Институт государственной службы. К. В. Востриков ; М-во образования и науки Российской Федерации, Гос. образовательное учреждение высш. проф. образования "Кемеровский гос. ун-т". Кемерово, 2010.
- 5.Востриков К.В. Институт государственной службы. учебное пособие / К. В. Востриков ; М-во образования и науки РФ, ГОУ ВПО "Кемеровский гос. ун-т". Кемерово, 2007.
- 6.Иванов Р.Р. Имиджелогия. – М: Ризограф, 2017. 330с.
- 7.Красиков В.И., Овчаров А.А., Золотухин В.М., Казаков Е.Ф., Чирун С.Н., Востриков К.В. Этюды социальной (культурной) антрологии. Кемерово, 2007.
- 8.Максимов А.А. Имидж политика. – М, 2019. 404с.

- 9.Марченко Г.И., Носков И.А. Имидж в политике. – М., 2017. 208с.
- 10.Мечин В.С. Политический имидж. – СПб., 2017. 242с.
- 11.Трубецкой А.Ю. Психология репутации. – М.: Наука, 2015 291с.