

ИМИДЖ МУНИЦИПАЛЬНЫХ СЛУЖАЩИХ

ДУРАЧЁНKOBA ИРИНА АНДРЕЕВНА

*Педагогический институт им. В.Г.Белинского ФГБОУ ВО ПГУ, ул. Лермонтова, 37,
г. Пенза, Российская Федерация, irina.andreevna@mail.ru, 8 904-266-06-37*

Аннотация

Статья посвящена рассмотрению проблемы имиджа муниципального служащего. В последнее время тема формирования имиджа человека приобрела весомое значение в обществе. Это неудивительно, так как, то, что каждый субъект демонстрирует и выставляет напоказ, оказывает немалое влияние на большую часть его окружения. Поэтому правильный подход к формированию личного имиджа является залогом успеха многих мероприятий. Понятие имидж с большой долей уверенности можно называть междисциплинарным понятием, так как его становление происходило во многих науках одновременно, обобщая знания в соответствии с целями и задачами каждой науки. Для муниципальной службы имидж имеет важное функциональное и статусное значение. Он является показателем уровня доверия к ней населения и критерием оценки обществом эффективности управленческой деятельности, проводимых государством преобразований. Он фиксирует степень соответствия действий местных органов требованиям и ожиданиям конкретных социальных групп и общества в целом.

Целью нашего исследования стало изучение психологических характеристик имиджа муниципальных служащих.

Объектом явился имидж муниципального служащего.

Предметом исследования – психологические характеристики имиджа муниципальных служащих. Для достижения цели исследования использовались следующие диагностические методики: 16-факторный личностный опросник Р. Кеттелла. В статье рассмотрены различные подходы к пониманию имиджа в отечественной и зарубежной литературе, составляющие имиджа и психологические характеристики имиджа муниципальных служащих. По результатам психодиагностики муниципальных служащих составлен их психологический портрет.

Ключевые слова: имидж, муниципальный служащий, формирование положительного имиджа.

Введение

В последнее время тема формирования имиджа человека приобрела весомое значение в обществе. Это неудивительно, так как, то, что каждый субъект демонстрирует и выставляет напоказ, оказывает немалое влияние на большую часть его окружения. Поэтому правильный подход к формированию личного имиджа является залогом успеха многих мероприятий.

Имидж – это устойчивый образ, который будучи созданным, способен существовать и в отсутствие субъекта, являющегося его прообразом. Это «визитная карточка», создаваемая личностью для других, это образ, ориентированный и предполагающий возможную реакцию, впечатление, которые мы рассчитываем вызвать у окружающих.

Понятие имидж с большой долей уверенности можно называть междисциплинарным понятием, так как его становление происходило во многих науках одновременно, обобщая знания в соответствии с целями и задачами каждой науки. В начале двадцатого века процесс формирования этого понятия изучался преимущественно психологами и социологами.

Для муниципальной службы имидж имеет важное функциональное и статусное значение. Он является показателем уровня доверия к ней населения и критерием оценки обществом эффективности управленческой деятельности, проводимых государством

преобразований. Он фиксирует степень соответствия действий местных органов требованиям и ожиданиям конкретных социальных групп и общества в целом. Вследствие этого, имидж в значительной мере детерминирует поведение граждан по отношению к органам местной власти муниципальным служащим, в частности.

Целью нашего исследования стало изучение психологических характеристик имиджа муниципальных служащих. Объектом явился имидж муниципального служащего. Предметом исследования – психологические характеристики имиджа муниципальных служащих.

Для достижения цели исследования использовались следующие диагностические методики: 16-факторный личностный опросник Р. Кеттелла.

Основная часть

Одним из первых, кто ввел понятие «имидж» в специальную русскоязычную литературу, был О. Феофанов, который рассматривал имидж как образ-представление, наделяющий объект дополнительными ценностями (социальными, психологическими, эстетическими). М.В. Шепель связывал понятие с визуальным образом, внешней привлекательностью и обаянием личности [1]. Другие исследователи определяли имидж, как сформированную форму отражения объекта в сознании людей (А.К. Семенов, Е.Л. Маслова), как «ореол», создаваемый собственными усилиями человека и мнением социальных групп (В.А. Спивак). В ряде исследований имидж отождествляется с понятием репутации (А.Ю. Кошмаров), или с понятием «мнение» (А.Ю. Панасюк). Также имидж трактуется и как публичное «Я» человека, внешнее изображение, отражающее то, что находится внутри [2].

В психологии и социальной психологии так же, как и в других отраслях гуманитарного знания, имидж трактуется, как символический образ субъекта, создаваемого в процессе субъект-субъектного взаимодействия (Г.С. Михайлов, Е.Б. Перелыгина), как оценочное суждение-мнение, как сложившийся в сознании реципиента образ-представление, в котором, в сложном взаимодействии соединяются внешние и внутренние характеристики объекта [3]. Исследования, применимые к анализу психологического содержания имиджа, рассматриваются в свете теории социальных ролей и «масок» (Е.В. Андриенко, А.Ю. Панасюк, Г.Г. Почепцов, А.У. Харащ, В. Шутц) [2]. Проблема имиджа частично отражена в исследованиях, посвященных формированию «Я-концепции», «Я-образа» (Г.М. Андреева, Э. Берне, В.П. Зинченко, И.С. Кон, В.В. Столин). В рамках проблемы личностного и профессионального самоопределения исследуются вопросы профессионального имиджа (Е.А. Климов, Т.В. Кудрявцев, А.А. Калужный, Е.В. Михайлова, П.А. Шавир и др.) [1].

В настоящее время разработаны теоретические основы изучения имиджа как социально-психологического феномена (А.Ю. Панасюк, Е.А. Петрова, Е.Б. Перелыгина), где важную роль играют разработанные и апробированные социально-психологические модели, методики, технологии формирования имиджа. Имидж полифоничен, многослоен, ведь он сочетает в себе большое количество характеристик человека, чтобы посредством них представить обществу человеческую индивидуальность. В структуре имиджа выделяется одна или несколько особенностей, составляющих его основу. Исследователи психологической структуры выделяют различные её компоненты. В их схемах представлены качества и признаки, которые могут быть восприняты нами, как более очевидные (внешние) и глубокие – смыслообразующие.

А теперь рассмотрим составляющие имиджа.

Социально-психологическая составляющая имиджа – это обобщенный образ объекта в общественном мнении. Формирование социального образа происходит по законам создания общественного мнения. Структура имиджа складывается из ряда взаимосвязанных и взаимозависимых элементов. Структурными составляющими имиджа являются: внешняя, поведенческая, личностная и профессиональная части. Каждая из четырех составляющих имеет свои элементы.

Внешняя составляющая имиджа. Первостепенное формирование образа человека в глазах окружающих начинается с его внешнего облика, восприятия его как отдельного индивида. Каждый человек неповторим своей внешностью, так как она является главным элементом его индивидуальности. Внешность и внутренний мир человека взаимосвязаны. Во внешности проявляется воспитание, образование, характер, энергичность, социальное положение, направленность и ряд других внутренних черт человека. Характер внешности (облик) человека формируется из трех элементов: физиологической индивидуальности, одежды, аксессуаров, предметного окружения. Психология внешнего облика заключается в том, как человек (объект имиджа) желает показать себя окружающим. Совершает ли действия, для того чтобы выглядеть достойным и привлекательным, либо бездействуя демонстрирует безразличие в этом. Имиджелогия считает, что отношение человека к своей внешности является элементом его культуры, а также уважения к окружающим его людям [4].

Поведенческая составляющая имиджа. Следующим фактором влияния на создание образа человека в глазах окружающих, является его поведение. В действиях и поступках проявляется внутренняя сущность человека, тем самым формируется его имидж. Поведение человека, складывается из трех элементов: манеры; мимика и жестикуляция; стиль общения. Манеры – это внешнее поведение человека. Они проявляются в культуре поведения и характере общения человека с другими людьми. Манеры выражаются во внешних способах приветствия, изложения своих мыслей, слушания. Выразительные движения тела показывают манеры, они должны быть естественными и в тоже время культурными. Вычурные манеры вызывают удивление у окружающих. Грубые манеры производят негативное отношение к их обладателю. Дурные манеры вызывают неприязнь и отторжение такого человека. Мимика и жестикуляция также относятся к внешнему поведению человека. Своими способами они отражают внутренний мир индивида и влияют на создание его образа. К этому элементу структуры имиджа так же относятся походка и позы [3]. Стиль общения – это способы речевого взаимодействия (речевая связь) человека с другими людьми. В стиле общения первостепенно демонстрируется отношение к людям. Человек способен проявлять такие качества, как внимательность и доброжелательность, но и может вести себя заносчиво, грубо, нелюдимо. То или иное поведение человека соответствующим образом отражается на его имидже. Отношение к индивиду складывается зеркально, его собственного поведения.

Личностная составляющая имиджа. Имидж показывает человека как личность, в совокупности его внутренних качеств и свойств. Внутренний мир человека является преломлением внешней реальности в индивидуальном сознании и личностных ценностях.

Личность человека, в восприятии его окружающими, складывается из целого комплекса качеств и свойств. Однако основными из них, которые определяют его имидж, можно назвать: характер и воля, ценности и мотивы, социальное окружение. Характер и воля, элемент имиджа, показывают эмоциональный мир человека и его способность контролировать и управлять своим поведением. Характер рассматривается как совокупность устойчивых свойств человека, которые определяют его эмоции и поведение. Хороший характер создает человеку положительный имидж, тем самым привлекая к нему окружающих. А вот человека с плохим характером наоборот, воспринимают отрицательно и стараются дистанцироваться [4]. Воля, является свойством личности, позволяющим сознательно управлять своей психикой и поведением. Благодаря сильной воле, человек способен многого добиться в жизни. Волевые люди имеют большое уважение со стороны окружающих, о них складывается устойчивый положительный имидж.

В личностной составляющей может быть и необычное качество или свойство, но при этом оно ярко выражено. Как пример; чувство юмора. И тогда образ этого человека в глазах окружающих формируется вокруг данного главного качества. Ценности и мотивы определяют направленность индивида, его жизненные цели и личные стремления.

Ценности охватывают обширный круг явлений внутреннего мира: от таких как

понимание смысла жизни, до конкретных оценок окружающих событий. Благодаря внутренним ценностям человек воспринимает действительность как, «хорошо – плохо». Мотивы человека имеют связь с кругом его интересов и потребностей, намерений и желаний. Через мотивы внутренний мир человека проявляется в его деятельности [4].

Социальное окружение говорит многое о личности. Круг общения связан с предпочтениями человека в межличностных контактах. О человеке можно судить через тех, с кем он общается. Первое, свидетельствует о стремлении человека войти в определенный круг. Второе, показывает, что он принят в данный круг. Если человек общается с солидными уважаемыми людьми, и они относятся к нему с вниманием, уважением, это создает ему положительный имидж.

Профессиональная составляющая имиджа. Абсолютно любого человека окружающие воспринимают не только как индивида, но и как представителя профессии. И его имидж, так или иначе, представляет его как профессионала – хорошего или плохого. Независимо от профессии, человека можно охарактеризовать уровнем его квалификации, опытом работы и достижениями. Это и будут элементы профессионализма в его образе. Таким образом, структура имиджа состоит из четырех основных составляющих: внешней, поведенческой, личностной и профессиональной.

Остановимся подробнее на психологических характеристиках имиджа муниципального служащего.

Имидж муниципального служащего - это индивидуальный имидж, который является оценочным образом, складывающимся из последующих параметров: эффективность и результативность работы, профессионализм и честность, должностное поведение, культурный уровень, коммуникативные свойства и т.п., также собственные оценки деятельности чиновника со стороны населения и университетов штатского социума.

Имидж муниципального служащего – это сформированный образ, являющийся результатом его непосредственного восприятия, его государственной деятельности и продвижения. Рассматривая содержание имиджа муниципального служащего, авторы (Е.В. Егорова, О.В. Иванникова, А.И. Ковлер, Г.Г. Почепцев, Е.Б. Шестопал и др.) предлагают различные варианты трактовки его составляющих [2]. Известный политолог Е.В. Егорова считает, что можно говорить о нескольких составляющих структуры имиджа. Первой составляющей конструкции имиджа становятся индивидуальные свойства его как человека. Второй составляющей структуры имиджа будут его социальные характеристики. Третьей составляющей имиджа являются символические характеристики имиджа, которые являются составляющей частью менталитета.

Но стоит отметить, что образ муниципального служащего зависит не лишь от его личных параметров, результатов трудовой деятельности, но и от организации, где он работает и от остальных чиновников, в сотрудничестве с которыми он достигает установленных целей и задач. Зачастую высококвалифицированные, компетентные и владеющие хорошим комплектом собственных черт муниципальные служащие попадают под обвинение со стороны социума вследствие такого, что граждане не были удовлетворены итогом обращений в городской орган, где они работают. Такое может случиться, к примеру, если чиновник и его подчиненный не справились с собственной работой вследствие недостатка профессионализма и компетентности.

Существует определенный набор свойств, характеризующий «эталонный» тип муниципального служащего. Дело все в том соответствует ли данный идеал реальной действительности. Знание этого делает необходимым постоянный мониторинг реакции населения на те, либо другие деяния государственных служащих. Значимым условием результативности делового общения муниципального служащего становится владение коммуникативными спецтехнологиями, увеличение субъекта коммуникативной компетентности. Подготовка муниципальных служащих требует не только глубоких творческих знаний и определенных практических навыков в решении различных управленческих задач и ситуаций, но и умения общаться, вести себя в обществе, проводить

совещания, деловые беседы, иметь навыки общения с прессой и прочее.

Система черт имиджа муниципального служащего включает следующие составляющие:

1. Этнографические, исторические, общественные и культурные особенности индивидуума (пол, национальность, физиологические особенности, культурное образование, домашняя преемственность, следование традициям, психологическое здоровье, и др.)

2. Экономические способности (трудовые потенциал, присутствие требуемой квалификации, денежные способности, уровень деловой активности).

3. Информационные особенности как система природных и приобретенных свойств (коммуникабельность, стрессоустойчивость, репутация, комплект спецтехнологий общения, эмпатичность (способность к сопереживанию), рефлексивность (способность понять другого), красноречивость).

Положительный имидж для любого муниципального служащего имеет колоссальное значение. Именно сформированный позитивный имидж дает представление о том, насколько хорошо служащий преуспел в решении различных проблем, насколько он компетентен и грамотен в специфике своей деятельности. Подводя итог, можно отметить, что процесс образования позитивного образа муниципального служащего тесно взаимосвязан с психологическими особенностями. Общественно-психологическая специфичность образа муниципального служащего заключается в постоянном общении с людьми. Поэтому одна из значимых задач муниципального служащего - научиться оставлять о себе хорошее впечатление, а так же уметь формировать свой позитивный имидж.

А теперь рассмотрим полученные результаты диагностики муниципальных служащих. В качестве испытуемых в исследовании приняли участие 20 человек: муниципальные служащие г. Пенза (возраст участников 30 – 46 лет, 12 женщин и 8 мужчин)

Целью исследования является изучение психологических характеристик имиджа муниципальных служащих. Для диагностики психологических характеристик имиджа муниципальных служащих был использован 16- факторный личностный опросник Р. Кеттелла. Представим полученные данные в таблице 1.

Таблица 1. - Результаты муниципальных служащих по 16- факторному личностному опроснику Кеттелла (%)

Фактор	% с выс. уровнем	% со сред. уровнем	% с низ. уровнем
A	90%	10%	0%
B	80%	20%	0%
C	75%	25%	0%
E	95%	5%	0%
F	75%	10%	15%
G	80%	20%	0%
H	95%	5%	0%
I	30%	15%	55%
L	90%	5%	5%
M	30%	15%	55%
N	65%	25%	10%
O	5%	15%	80%
Q1	25%	15%	60%
Q2	55%	25%	20%
Q3	95%	5%	0%
Q4	85%	15%	0%
МД	55%	45%	0%

Как видно из табл. 1, по фактору А – «замкнутость – общительность»: у 90% обследуемых муниципальных служащих (18 человек) были отмечены высокие показатели по данному фактору, у 10% (2 человека) – средние (средние результаты по данной методике не интерпретируются). Средний показатель по выборке – 9,7 баллов. При высоких показателях

по данному фактору людям присущи такие качества, как, добросердечность, доверчивость, общительность, добродушие, открытость. Свойственны так же, естественность, внимательность, непринужденность в поведении, добросердечность в отношениях, при этом с удовольствием работают с другими людьми, проявляя активность, энергичность в устранении конфликтов, не боятся критики, испытывают яркие эмоции, быстро откликаются на любые события.

По фактору В – «интеллект»: у 80% (16 человек) обследуемых муниципальных служащих были отмечены высокие показатели по данному фактору, у 20% - средние (4 человека). Средний показатель по выборке – 7,1 баллов. У испытуемых с высокими показателями высокий интеллект, высокие общие мыслительные способности, широкие и разнообразные интеллектуальные интересы, они быстро обучаются, у них присутствует смекалка и сообразительность, они упорные, настойчивые, образованные и интеллигентные.

По фактору С – «эмоциональная неустойчивость - эмоциональная устойчивость» (слабость Я - сила Я): у 75% обследуемых муниципальных служащих (15 человек) были отмечены высокие показатели по данному фактору, у 25% - средние (5 человек). Средний балл по выборке – 9,5. При высоких оценках можно уверенно сказать, что человек эмоционально зрелый, реалистически настроенный, работоспособный, выдержанный, характеризуется постоянством интересов и лучше способен следовать требованиям группы. Он не испытывает нервного утомления. В редких случаях может проявиться эмоциональная ригидность и нечувствительность.

По фактору Е – «подчиненность – доминантность» (конформность – доминантность): у 95% обследуемых муниципальных служащих (19 человек) были отмечены высокие показатели по данному фактору, у 5% – средние (1 человек). Средний балл по выборке – 8,9. При высоких оценках люди самоуверенны, независимы, властны, упрямы до агрессивности. Они независимы в суждениях и поведении, свой образ мыслей считают законом для себя и окружающих. В конфликтных ситуациях обвиняют других, категорически не признают власти и давления со стороны, предпочитают для себя авторитарный стиль руководства.

По фактору F – «сдержанность – экспрессивность» (десургенция – сургенция): у 75% обследуемых муниципальных служащих (15 человек) были отмечены высокие показатели по данному фактору, у 10% - средние (2 человека), у 15% - низкие (3 человека). Средний балл по выборке – 8,7. При высоких оценках люди жизнерадостны, разговорчивы, подвижны, импульсивны, беспечны, веселы и энергичны. Социальные контакты для них эмоционально значимы. Они экспансивны, искренны в отношениях между людьми. Эмоциональность, динамичность общения, как правило, приводит к тому, что люди с данными качествами становятся энтузиастами и лидерами групповой деятельности, верят в удачу.

При низких оценках люди характеризуются благоразумием, рассудительностью, осторожностью, молчаливостью. Им присущи такие качества, как, склонность все усложнять, некоторая озабоченность, пессимистичность в восприятии действительности.

По фактору G – «подверженность чувствам – высокая нормативность поведения» (слабость Сверх-Я – сила сверх-Я): у 80% обследуемых муниципальных служащих (16 человек) были отмечены высокие показатели по данному фактору, у 20% – средние (4 человека). Средний балл по выборке – 8,5. При высоких оценках наблюдается осознанное соблюдение норм и правил поведения, точность, ответственность, настойчивость в достижении цели, деловая направленность. В целом фактор определяет, в какой мере различные нормы и запреты регулируют поведение и отношения человека. Эти люди отличаются наличием совести, нравственной силы, ответственности, обязательности, заботятся о своей репутации.

По фактору H – «робость – смелость» (тректия – пармия): у 95% обследуемых муниципальных служащих были отмечены высокие показатели по данному фактору (19 человек), у 5% – средние (1 человек). Средний балл по выборке – 10,15. При высоких оценках людям свойственна социальная смелость, активность, готовность иметь дело с неизвестными

обстоятельствами и людьми. Способны сориентироваться и не потеряться в нестандартных ситуациях. Склонны быстро забывать о неудачах, не делая при этом необходимых выводов на будущее. Имеют разнообразные эмоциональные и художественные интересы. В целом фактор определяет реактивность на угрозу в социальных ситуациях и оценивает степень активности в социальных контактах.

По фактору I – «жесткость – чувствительность» (харрия - премсия): у 30% обследуемых муниципальных служащих (6 человек) были отмечены высокие показатели по данному фактору, у 15% – средние (3 человек), у 55% – низкие (11 человек). Средний балл по выборке – 5,9. При высоких оценках наблюдается мягкость, склонность к романтизму, устойчивость, стремление к покровительству, артистичность натуры, зависимость, женственность, художественность восприятия мира. Можно выделить развитую способность к сочувствию, к симпатии, сопереживанию, поддержке и пониманию других людей.

При низких оценках людям свойственна самоуверенность, рассудочность, мужественность, реалистичность суждений, практичность, некоторая жесткость, суровость, черствость по отношению к окружающим людям. Психические травмы преодолеваются за счет рационализации.

По фактору L – «доверчивость – подозрительность» (алаксия – протенсия): у 90% (18 человек) обследуемых муниципальных служащих были отмечены высокие показатели по данному фактору, у 5% - средние (1 человек) и так же у 5% - низкие (1 человек). Средний балл по выборке – 10,05. При высоких оценках люди завистливы, ревнивы, характеризуются подозрительностью, им характерно высокое самомнение. Их интересы обращены только на самих себя, как правило, осторожны в своих поступках, эгоцентричны. При низких оценках люди характеризуются доверчивостью, откровенностью, благожелательностью по отношению к другим людям, терпимостью, уживчивостью, люди свободны от зависти, легко ладят с другими людьми и хорошо работают в коллективе.

По фактору M – «практичность - развитое воображение» (праксерния – аутия): у 30% (6 человек) обследуемых муниципальных служащих были отмечены высокие показатели по данному фактору, у 15% - средние (3 человека) и так же у 55% - низкие (11 человек). Средний балл по выборке – 5,95. При высокой оценке можно говорить о развитом воображении, ориентировании на свой внутренний мир, высоком творческом потенциале человека. Для таких людей присуща некоторая фривольность поведения, незрелость. Люди не подвержены к угрызениям совести из-за нарушения принятых обычаев, моральных недостатков. При низких оценках люди добросовестны, практичны. Они ориентированы на внешнюю реальность и следуют общепринятым нормам, им свойственна некоторая ограниченность и чрезмерная внимательность к мелочам. Люди с данными качествами больше ценят семью и друзей, чем просто большое количество разнообразных приятелей.

По фактор N – «прямолинейность – дипломатичность» (наивность – проницательность): у 95% обследуемых муниципальных служащих были отмечены высокие показатели по данному фактору (19 человек), у 5% (1 человек) - средние. Средний балл по выборке – 10,15. При высоких оценках люди характеризуются разумными с несентиментальным подходом к событиям и окружающим людям, а так же характеризуются расчетливостью, проницательностью и завышенной самооценкой. Люди умеющие понимать себя и быть проницательными (понимающими) по отношению к другим людям. Люди с данными качествами не склонны принимать на веру все, что им говорят, они достаточно критичны и несколько скептичны.

Фактор O – «уверенность в себе – тревожность» (гипертимия – гипотимия): у 5% обследуемых муниципальных служащих были отмечены высокие показатели по данному фактору (1 человек), у 15% – средние (3 человек), у 80% – низкие (16 человек). Средний балл по выборке – 4,55. При высоких оценках людям свойственна впечатлительность, депрессивность, тревожность, ранимость. Людям с O+ свойственна резкая смена настроения, впечатлительность. Они часто испытывают чувство одиночества. Им характерна склонность к мрачным раздумьям, ожидание больших трудностей, фобии, ипохондрия. Люди занижают

и недооценивают свои возможности, принижают свою компетентность, знания, а так же возможности. Главенствует тревожно-депрессивный фон настроения. При низких оценках люди уверены в себе, безмятежны, спокойны, хладнокровны. Они безразличны к замечаниям и порицаниям. Люди понимают, что соответствуют предъявляемым им требованиям в профессиональной сфере и со стороны других людей.

По фактору Q1 – «консерватизм – радикализм» (ригидность – гибкость): у 25% обследуемых муниципальных служащих были отмечены высокие показатели по данному фактору (5 человек), у 15% – средние (3 человека), у 60% – низкие (12 человек). Средний балл по выборке – 5,2. При высоких оценках люди критически настроены, характеризуются наличием интеллектуальных интересов, аналитичностью мышления, стремятся быть хорошо информированными. Имеют способность к экспериментированию, любят, когда эксперимент несет в себе что-то новое и необычное. Достаточно спокойно воспринимают новые, не устоявшиеся взгляды и перемены. Не принимают ничего на веру, никакие принципы не являются для них абсолютными. При низких оценках люди характеризуются устойчивостью по отношению к традиционным трудностям, консервативностью, они знают, во что надо верить, и несмотря на несостоятельность каких-то принципов, не ищут новых, с недоверием относятся к новым идеям, склонны к морализации и нравоучениям.

По фактору Q2 – «конформизм – неконформизм» (самодостаточность – социабельность): у 55% обследуемых муниципальных служащих были отмечены высокие показатели по данному фактору (11 человек), у 25% - средние (5 человек), у 20% - низкие (4 человека). Средний балл по выборке – 7,95. При высокой оценке люди независимы, предпочитают собственные решения, следуют по выбранному ими самими пути, сами действуют, сами принимают решения, сами несут ответственность за выполненное. Они не всегда доминантны, т.е. притом, что, имея собственное мнение, они не стремятся навязать его окружающим. Не являясь враждебными в группе, они также не склонны и слепо подчиняться. Люди по собственной инициативе не ищут контакта с окружающими. Нельзя сказать, что они не любят или плохо относятся к людям, просто они не нуждаются в их одобрении и поддержке. Готовы пожертвовать любыми удобствами, ради своей независимости. При низких оценках люди зависимы от группы, следуют за общественным мнением, предпочитают принимать решения и работать вместе с другими людьми, ориентированы на групповое мнение.

По фактору Q3 – «низкий самоконтроль - высокий самоконтроль» (импульсивность – контроль желаний): у 95% обследуемых муниципальных служащих были отмечены высокие показатели по данному фактору (19 человек), у 5% - средние (1 человек). Средний балл по выборке – 8,9. При высоких оценках – точность выполнения социальных требований, развитый самоконтроль. Люди следуют своему представлению о себе, держат под контролем своё поведение и эмоции, не разбрасываются, доводят любое начатое дело до конца. Им свойственна целенаправленность и интегрированность личности. Люди четко осознают социальные требования и стараются исправно их выполнять, заботятся о своей общественной репутации, о впечатлении, которое производят своим поведением.

По фактору Q4 – «расслабленность – напряженность» (нефрустрированность – фрустрированность): у 85% обследуемых муниципальных служащих (17 человек) были отмечены высокие показатели по данному фактору, у 15% - средние (3 человека). Средний балл по выборке – 9,95. Высокая оценка говорит о напряженности, взвинченности, фрустрированности, наличии беспокойства и возбуждения. Люди с высокой оценкой по данному фактору чувствуют себя усталыми, разбитыми, но при этом не могут оставаться без дела даже в обстановке, располагающей к отдыху. Людям в данном состоянии характерна эмоциональная неустойчивость с преобладанием пониженного настроения, раздражительность и нетерпимость.

По фактору MD – «адекватность самооценки». Чем выше оценка по этому фактору, тем в большей степени человеку свойственно завышать свои возможности и переоценивать себя. Так, у 55% обследуемых муниципальных служащих (11 человек) были отмечены высокие

показатели по данному фактору, у 45% - средние (9 человек). Средний балл по выборке – 9,6. Представим полученные результаты наглядно в виде гистограммы на рисунке 1.

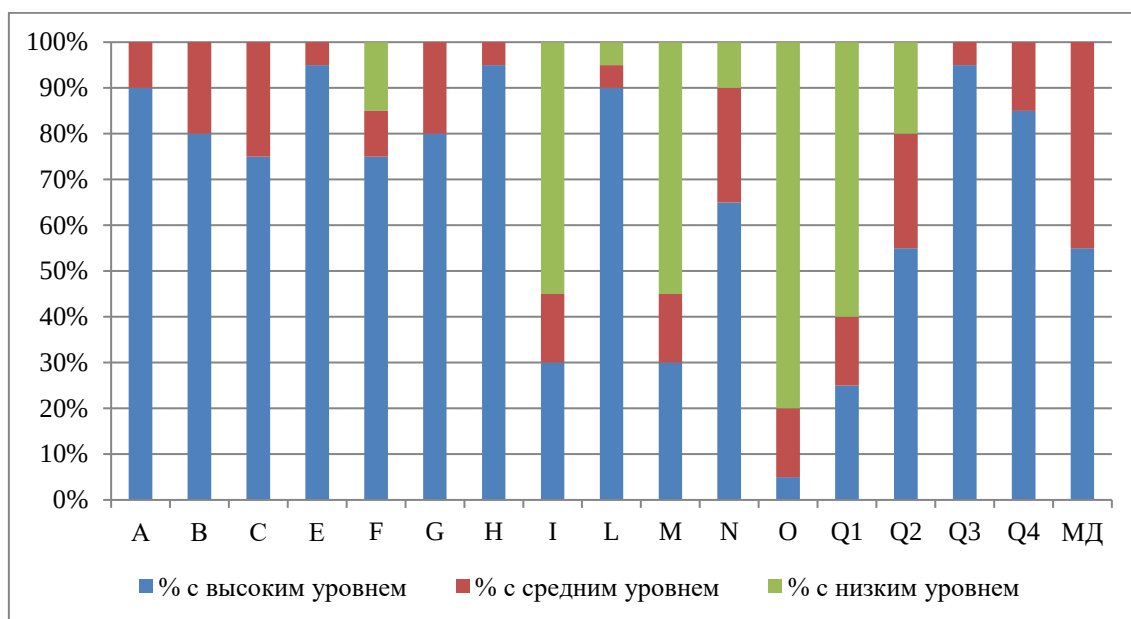


Рис. 1 – Данные муниципальных служащих по методике Кеттелла

Также можно по средним баллам построить собирательный профиль личности муниципального служащего, представленный на рисунке 2.

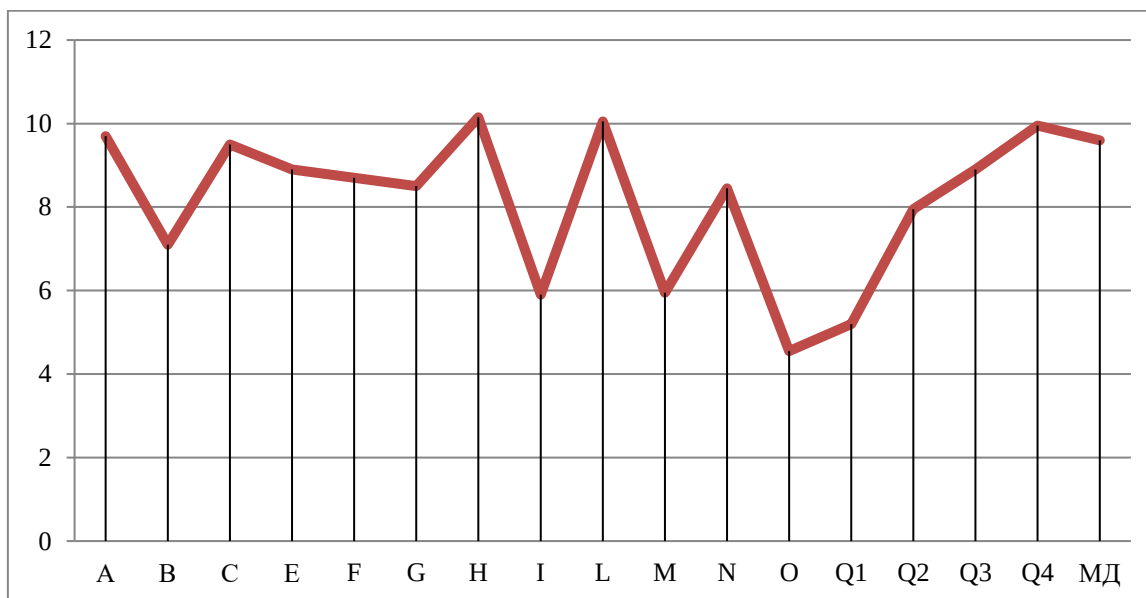


Рис. 2 – Собирательный профиль личности муниципального служащего построенного по средним показателям

Таким образом, по результатам методики «16-факторный личностный опросник Кеттелла» можно составить следующий психологический портрет муниципальных служащих: преобладающими психологическими характеристиками являются – общительность, высокий интеллект, эмоциональная устойчивость, выраженные доминантность и экспрессивность, высокая нормативность поведения, смелость, жесткость характера, подозрительность, практичность, дипломатичность, уверенность в себе, консерватизм, самодостаточность, высокий самоконтроль, высокое нервное напряжение, завышенная самооценка.

Заключение

Таким образом, имидж – это устойчивый образ, который будучи созданным, способен существовать и в отсутствие субъекта, являющегося его прообразом. Это «визитная карточка», создаваемая личностью для других, это образ, ориентированный и предполагающий возможную реакцию, впечатление, которые мы рассчитываем вызвать у окружающих. Имидж муниципального служащего – это индивидуальный имидж, который является оценочным образом, складывающимся из последующих параметров: эффективность и результативность работы, профессионализм и честность, должностное поведение, культурный уровень, коммуникативные свойства и т. п..

Имидж муниципального служащего – это сформированный образ, являющийся результатом его непосредственного восприятия, его государственной деятельности и продвижения. Можно говорить о нескольких составляющих структуры имиджа. Первой составляющей конструкции имиджа становятся индивидуальные свойства его как человека. Второй составляющей структуры имиджа будут его социальные характеристики. Третьей составляющей имиджа являются символические характеристики имиджа, которые являются составляющей частью менталитета. Проведено исследование, в ходе которого выявлялись психологические характеристики самих муниципальных служащих.

Нами было проведено исследование, в ходе которого выявлялись психологические характеристики имиджа муниципальных служащих. По результатам психодиагностики муниципальных служащих был составлен их психологический портрет: так у муниципальных служащих преобладающими психологическими характеристиками являются – общительность, высокий интеллект, эмоциональная устойчивость, выраженные доминантность и экспрессивность, высокая нормативность поведения, смелость, жесткость характера, подозрительность, практичность, дипломатичность, уверенность в себе, консерватизм, самодостаточность, высокий самоконтроль, высокое нервное напряжение, завышенная самооценка, высокий уровень коммуникативных и организаторских склонностей.

Список литературы

- [1] Калужный А.А. Педагогическая имиджелогия: Учебное пособие для студентов вузов Алматы: Научно-издательский центр «Гылым», 2014. 200 с.
- [2] Панасюк А.Ю. Вам нужен имиджмейкер? Или о том, как создавать свой имидж. М.: Дело, 2011. 240 с.
- [3] Перелыгина Е.Б. Психология имиджа. М.: Аспект Пресс, 2012. 223 с.
- [4] Почепцов Г.Г. Имиджелогия. М.: Рефл-бук Ваклер, 2009. 768 с.
- [5] Зотов В.Б. Система муниципального управления: учебник для вузов 4-е изд. – СПб. : Питер, 2008. – 512 с.
- [6] Андреева Г.М. Психология социального познания. М.: Аспект Пресс, 2010. 288с.
- [7] Галумов Э.А. Имидж. М.: Изд-во «Известия», 2015. 552 с.
- [8] Иванов В.В. Муниципальный менеджмент: справочное пособие. Коробова. М. : ИНФРА-М, 2002. 718 с.

IMAGE OF A MUNICIPAL EMPLOYEE

DURACHENKOVA IRINA ANDREEVNA

Pedagogical Institute. V. G. Belinsky FGBOU VO PGU, state pedagogical University, Lermontova str., 37, Penza, Russian Federation, irina.andreevna@mail.ru, 8 904-266-06-37

Abstract

The article is devoted to the consideration of the problem of the image of a municipal servant. Recently, the topic of shaping the image of a person has gained significant importance in society. This is not surprising, since the fact that each subject demonstrates and parades has a considerable influence on a large part of his environment. Therefore, the correct approach to the formation of personal image is the key to the success of many events. The concept of image with a high degree

of confidence can be called an interdisciplinary concept, since its formation occurred in many sciences at the same time, summarizing knowledge in accordance with the goals and objectives of each science. For municipal service, image has an important functional and status value. It is an indicator of the level of public confidence in it and a criterion for the society to evaluate the effectiveness of management activities carried out by the state. It records the degree of compliance of local authorities with the requirements and expectations of specific social groups and society as a whole. The aim of our study was to study the psychological characteristics of the image of municipal employees. The object was the image of a municipal employee. The subject of the study is the psychological characteristics of the image of municipal employees. To achieve the goal of the study, the following diagnostic methods were used: 16-factor personal questionnaire R. Cattell. The article discusses various approaches to understanding the image in domestic and foreign literature, the components of the image and psychological characteristics of the image of municipal employees. According to the results of psychodiagnostics of municipal employees, their psychological portrait was compiled.

Keywords: image; municipal employee; the formation of a positive image.

- [1] Kalyuzhnyj A.A. Pedagogicheskaya imidzhologiya: Uchebnoeposobiedlyastudentovvuzov Almaty: Nauchno-izdatel'skiy centr «Gylym», 2014. 200 s.
- [2] Panasyuk, A.Yu. Vamnuzhenimidzhmejker?Iliotom, kaksozdavat' svojimidzh. M.: Delo, 2011. 240 s.
- [3] Perelygina, E.B. Psihologiyaimidzha. M.: Aspekt Press, 2012. 223 s.
- [4] Pohepcov, G.G. Imidzhologiya. M.: Refl-bukVakler, 2009.768 s.
- [5] Zotov, V.B. Sistemamunicipal'nogoupravleniya: uchebnikdlyavuzov 4-e izd. – SPb. :Piter, 2008. – 512 s.
- [6] Andreeva G.M. Psihologiyasocial'nogopoznaniya. M.: Aspekt Press, 2010. 288 s.
- [7] Galumov E.A. Imidzh. M.: Izd-vo «Izvestiya», 2015. 552 s.
- [8] Ivanov, V.V. Municipal'nyjmenedzhment: spravochnoeposobie. Korobova.M. : INFRA-M, 2002. 718 s.