

Гайдаренко Л.В.,  
доцент кафедры «Менеджмента и государственного муниципального  
управления», ФГБОУ ВО «Московский государственный университет  
технологий и управления имени К.Г. Разумовского (ПКУ)»,  
Россия, г.Москва,

Дадберова М. Ш.,  
магистрант, факультет «Экономики и управления»,  
ФГБОУ ВО «Московский государственный университет технологий и  
управления имени К.Г. Разумовского (ПКУ),

## **ИМИДЖ ГОСУДАРСТВЕННОГО СЛУЖАЩЕГО: СТРАТЕГИИ ФОРМИРОВАНИЯ И ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ**

*Аннотация.* В данной статье рассматриваются стратегии формирования и позиционирования имиджа государственного служащего, а именно то, как, изменение государственного управления и создание условий для устойчивого социально-экономического развития неразрывно связаны с изменением качества государственной гражданской службы, представляющей собой важнейший элемент «организационного капитала», детерминирующего качество управленческого воздействия.

*Ключевые слова:* стратегия, государственный служащий, структура, имидж, развитие, формирование

Gaidarenko L.V., Dadberova M. S.

## THE IMAGE OF A CIVIL SERVANT: FORMATION AND POSITIONING STRATEGIES

*Abstract.* This article discusses strategies for the formation and positioning of the image of a civil servant, namely, how the change in public administration and the creation of conditions for sustainable socio-economic development are inextricably linked with the change in the quality of the public civil service, which is the most important element of the "organizational capital" that determines the quality of managerial influence.

*Key words:* strategy, civil servant, structure, image, development, formation

В современных условиях процесс формирования и факт существования положительного имиджа государственного гражданского служащего является важнейшей частью развития деятельности государственных органов и повышения их эффективности. Это связано с тем, что каждый государственный служащий выступает в качестве официального представителя государства, а также формирует у населения одобрение или же неодобрение к проводимому политическому курсу страны. Сегодня имиджу государственных служащих, по большей части положительному, уделяется особое внимание [1, 2, 3].

Основным способом повышения привлекательности государственной службы в России является ее модернизация, а далее в этом процессе необходимо обозначить и решить задачи дальнейшего формирования сложившейся в России смешанной карьерно-должностной модели государственной службы с целью преобразования ее на карьерно-направленную модель, в которой государственные служащие ежедневно несут профессиональную службу для неуклонного обеспечения гражданам их конституционных прав.

В современных условиях процесс формирования положительного имиджа государственного гражданского служащего принял характерные

изменения. При появлении новых каналов трансляции политического имиджа, и ориентированностью на общество, его требования и настроения, чиновники приобрели новые инструменты позволяющие более эффективно выстраивать положительный имидж.

Формирование имиджа государственного служащего – это управленческая деятельность, потому что она предполагает процессы планирования, организации, мотивации и контроля, образующие управленческий цикл и является, прежде всего, функциями управления. Предлагаемая модель формирования имиджа представлена методологическим, содержательно-процессуальным, диагностико-коррекционным компонентами (рис. 1.)

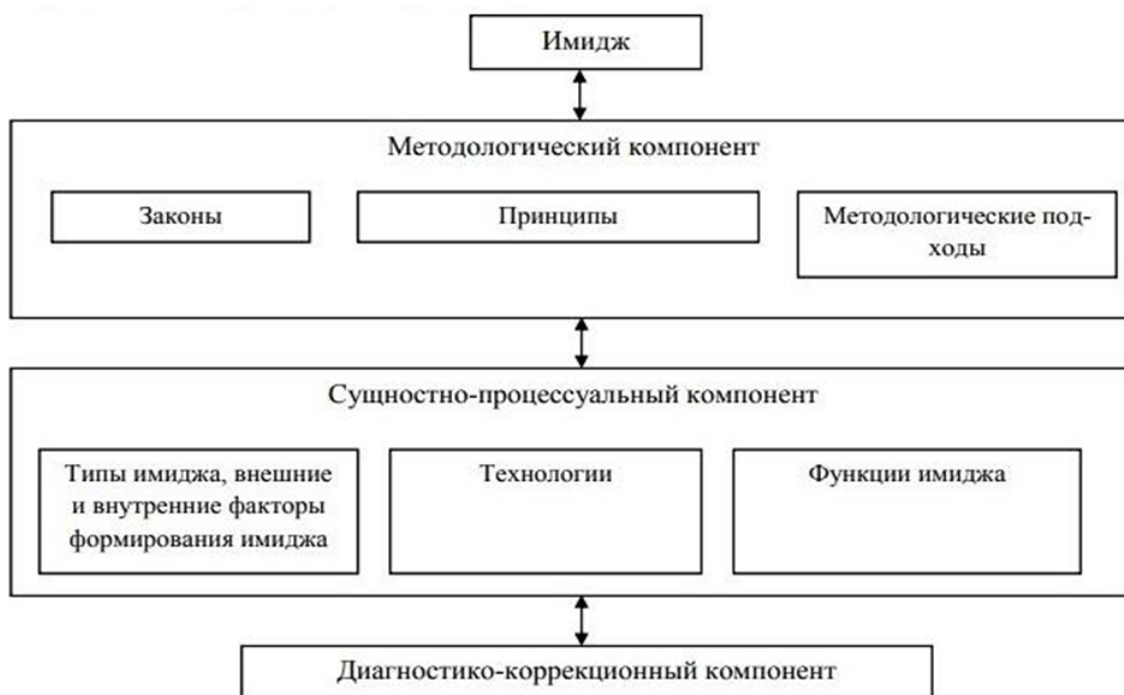


Рис. 1 – Структурно-функциональная модель формирования имиджа

Согласно данной модели, ключевыми компонентами структуры имиджа являются методологические элементы, представленные законами, принципами, научными подходами. Кроме того, при формировании имиджа используются различные методологические подходы (гуманистический, системный, исторический, деятельностный, технический, компетентностный и другие) [7, 8].

Имидж государственного чиновника может формироваться естественным и искусственным путем. Естественный имидж характеризуется традиционными факторами, которые проявляются в процессе взаимодействия государственного служащего с населением, коллегами и даже родственниками. Можно сказать, что он формируется спонтанно. Искусственный имидж государственного служащего часто является результатом рекламы и различных PR-акций, которые создают такие образы государственных служащих, которые не отражают их истинные личные качества и способность эффективно и качественно выполнять свою работу.

Зачастую, за счет СМИ, различных информационных интернет-платформ и социальных сетей, можно встретить негативную информацию о работе государственных служащих, так как это им выгодно, однако, реальность такова, что большинство государственных служащих демонстрируют высокий уровень исполнения должностных обязанностей. Согласно экспертным оценкам, во многих случаях критика в адрес государственных служащих не всегда объективна и чаще всего беспредметна.

В современных условиях создание в обществе коллективного позитивного образа госчиновника, как особой социально-профессиональной группы общества – задача, которая стоит перед специализированными подразделениями государственных органов по связям с общественностью [4,5,9,10].

Следует обратить внимание, что в основе этого специально образываемого имиджа должен лежать опыт, который складывается в результате практической деятельности гражданских служащих и лиц, находящихся на государственной службе.

Поэтому можно сделать вывод, что имидж государственных служащих не является статичным явлением, а определяется условиями окружающей среды и постоянно меняется, что требует постоянного управления, поддержания и трансляции. Можно подчеркнуть, что формирование позитивного имиджа государственного служащего возможно только при

условии полного саморазвития и контроля со стороны окружающей среды (политических, социальных и экономических событий).

### Список использованных источников

1. Аничкина О.А., Аношина Ю.Ф. Маркетинговая и производственная концепции- путь к развитию производства // Директор по маркетингу и сбыту. 2017. № 10. С. 55-59
2. Аношина Ю. Ф, Симонов С. Ю., Гайдаренко Л.В. The Changing Role of a Region in Providing Sustainable Innovation Development: Implications for Regional Policy. Международная конференция по управлению деловой информацией (37-я IBIMA) в Севилье, Испания, Сборник материалов конференции (ISBN: 978-0-9998551-4-0 ), апрель 2021г.
3. Аношина Ю.В., Гайдаренко Л.В., Симонов С.Ю. Миграционные процессы в России: причины, факторы и последствия. [Russian journal of management](#) № 2, 2022 г.
4. Галазова С.С. Современный рынок: трансформационная судьба базового звена // Владикавказ, Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова, 2014.-120 с.
5. Галазова С.С. Финансовая стабильность и экономическое развитие // Финансовые исследования. 2017. № 4 (57). С. 23-30.
6. Гамидулаева Л.А., Аношина Ю.Ф., Гайдаренко Л.В. Prospects for the development university 4.0 concept and digital transformation of russian economy. Международная конференция по управлению деловой информацией (35-я IBIMA) в Севилье, Испания, Сборник материалов конференции (ISBN: 978-0-9998551-4-0 ), 2020 г.
7. Дмитриев Н.Д., Зайцев А.А., Ильченко С.В. Управление качеством трудового потенциала компании с помощью сокращения транзакционных издержек // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2020. № 4-3. С. 305-312.

8. Ильченко С.В. Некоторые аспекты эффективной системы контроля в управлении человеческими ресурсами организации // В сборнике: АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ. материалы международной научно-практической конференции. 2018. С. 321-325.
  9. Кулагина Н.А., Чмаро А.В., Симонов С.Ю. О государственной поддержке предпринимательской деятельности в инновационных сегментах экономики // Деловой вестник предпринимателя. 2021. № 5 (3). С. 73-78.
  10. Симонов С.Ю., Хандусенко В.В. Государственная поддержка инновационного бизнеса в России: решение актуальных проблем // В сборнике: ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ. сборник статей по материалам IV ежегодной научно-практической конференции. 2018. С. 264-272.
  11. Филатов В.В., Гайдаренко Л.В., Полянская О.А. Анализ системы корпоративного управления АО МХК «ЕВРОХИМ». [Индустриальная экономика](#) № 5, 2021 г
  12. Щербина, А. В. Экономика и предпринимательство в сервисе / А. В. Щербина, М. В. Гречко, Л. А. Кобина. – Ростов-на-Дону : ООО "Донской издательский дом", 2020. – 180 с.
- Щербина, А.В. Российское предпринимательство как элемент экономической культуры общества // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Общественные науки.- 2007. -№ 5. - С. 63-66.