

Позитивный имидж государственных гражданских служащих как основа развития управленческой культуры

Орлова Валентина Николаевна

Орловский филиал РАНХиГС
Доцент кафедры социологии и информационных технологий
Кандидат социологических наук
or_valentina@mail.ru

РЕФЕРАТ

Автор актуализировал проблему конструирования имиджа государственных гражданских служащих в системе государственного управления. Выявлены факторы развития управленческой культуры корпуса чиновников через коммуникативные технологии. Раскрыта роль современных средств массовой информации в системе профессионального развития государственных гражданских служащих. Рассматривается значимость эффективной долгосрочной стратегии управления позитивным имиджем государственного гражданского служащего, что обеспечивает прозрачность и согласованность взаимодействия между обществом и органами власти.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

имидж, государственный гражданский служащий, государственная служба, управленческая культура, коммуникационные технологии, государственное управление

Orlova V. N.

Positive Image of the Public Civil Servants as Basis of Development of Administrative Culture

Orlova Valentina Nikolaevna

Oryol branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (Oryol, Russian Federation)
Associate professor of the Chair of Sociology and information technologies
PhD in sociology
or_valentina@mail.ru

ABSTRACT

The author has proved a problem of designing of image of the public civil servants in system of public administration. Factors of development of administrative culture of the case of officials through communicative technologies are revealed. The role of modern mass media in system of professional development of the public civil servants is opened. The importance of effective long-term strategy of management of positive image of the public civil servant is considered that provides transparency and coherence of interaction between society and authorities.

KEYWORDS

image, public civil servant, public service, administrative culture, communication technologies, public administration

В условиях проведения административной реформы остро встают вопросы обеспечения открытости, транспарентности государственной гражданской службы. Актуализируется работа по повышению уровня доверия населения к данному институту, принимаются меры по этическому воспитанию госслужащих, особенно молодых, используя лучшие примеры служения народу и государству, патриотичного, высокопрофессионального и добросовестного несения государственной службы.

Именно имидж государственной гражданской службы в конечном счете формирует у населения ориентацию на сотрудничество с представителями органов власти, либо, напротив, может сформировать негативную установку, и, как следствие, нежелание вступать в какое-либо взаимодействие с органами государственного управления со стороны конкретного гражданина. Данные обстоятельства одновременно выступают и факторами развития управленческой культуры корпуса чиновников, и системы государственного управления в целом.

Важное значение имеет выполнение нормативных правовых актов, регламентирующих профессиональную деятельность государственных гражданских служащих и предусматривающих ответственность за нарушение установленных предписаний. Сюда следует также отнести Кодекс этики и служебного поведения, устанавливающий требования к деятельности государственных гражданских служащих, принципы и правила их служебного поведения. Мы ведем речь о служении государству, общественным интересам, уважении к личности, соблюдении принципов законности, лояльности, политической нейтральности, личной ответственности, общих нравственных принципов, выполнении служебных обязанностей, открытости для общества, недопустимости корыстных и коррупционных действий, вовлечения в бизнес.

Имидж как выражение общественных ожиданий сам по себе диктует требования к государственному гражданскому служащему, задавая формат наиболее эффективного представления перед аудиторией. Очевидно то, что профессиональная подготовка государственных гражданских служащих предполагает не только высокий уровень знаний и определенных практических умений в решении сложных управленческих задач, но и коммуникативных навыков, способности проводить совещания и вести деловые беседы, уверенно держаться перед оппонентами на дискуссионных площадках, а также иметь навыки общения с прессой и дипломатическим корпусом.

Основными требованиями в деловом общении, предъявляемыми к государственному гражданскому служащему, являются: коммуникабельность, эмпатичность, рефлексивность и красноречивость [1, с. 29–32]. По нашему мнению, обладание данными способностями и постоянные упражнения в их развитии — залог успешного создания личного имиджа госслужащего. И чем позитивнее сформированный имидж, чем больше он адаптирован к мнению населения, тем легче государству добиваться повышения доверия к деятельности органов власти и реализации своих социальных целей — поскольку от позитивного отношения к имиджу госслужащего, как представителя власти, зависит политический настрой нации, ее сплоченность и эффективность государственного управления в целом.

Вопрос имиджа государственного гражданского служащего — это, прежде всего, вопрос восприятия его (как «менеджера», нанятого на работу «властью») теми, кто относится к управляемому массиву, т. е., в первую очередь, этот вопрос касается оценки, выставленной населением. Поэтому ключевыми элементами управленческой культуры и служебной этики государственных гражданских служащих выступают: во-первых, чувство ответственности перед населением за результаты своей деятельности; во-вторых, честное и бескорыстное исполнение должностных обязанностей на государственной службе; в-третьих, принципиальность и безукоризненность в ходе исполнения возложенных профессиональных задач; в-четвертых, стремление к общему благу, осознание последствий принимаемых и исполняемых решений, затрагивающих интересы граждан.

Следует сказать, что образ государственного гражданского служащего, внедряемый в массовое сознание, представляет собой сложный социально-психологический феномен, отражающий всю совокупность его личностных качеств, сформированных практической деятельностью, СМИ, политической рекламой и т. д. Опросы

общественного мнения показывают, что корпус чиновников не пользуется особым доверием среди граждан. Так, 72% опрошенных респондентов считают, что вообще невозможно каким-либо образом «переломить» социальные отношения между властью, в лице государственных служащих и гражданами, не просто сформировать, но и закрепить положительный имидж в их сознании.

Среди определяющих факторов, сдерживающих повышение степени доверия к деятельности государственных служащих, следует выделить: снижение благосостояния населения (27,2%), конфликты в высших эшелонах власти (26,3%), злоупотребления и коррупцию среди высшего руководства (20,5%) [5]. К числу важнейших проблем функционирования отечественной государственной гражданской службы, которые негативно влияют на ее политический имидж, относится недостаточное информирование населения о работе тех или иных госструктур, оказываемых ими услугах [7, с. 89]. В целом, к причинам, которые порождают недоверие российских граждан к государственным гражданским служащим и «затормаживают» возможности конструирования эффективной имиджевой политики, следует отнести:

- низкую степень информированности российских граждан о деятельности государственных гражданских служащих и соответственно отсутствие у населения адекватного представления о характере и условиях профессиональной деятельности чиновников;
- традиционно (ментально) высокую степень предрасположенности российского общества к противостоянию с властями;
- «в связи со значительными реформами в политической и экономической сферах, вызвавшими необходимость развития системы государственной поддержки населения» [3, с. 59] все еще имеют место недостаточность квалифицированных и компетентных профессионалов в сфере государственного управления.

Стремительное развитие и распространение новых информационных и телекоммуникационных технологий оказывает огромное влияние на конструирование имиджа государственных гражданских служащих, что непосредственно отражается на уровне управленческой культуры. Безусловно, имидж может быть сформирован на основе личного опыта или через какие-либо другие инструменты коммуникаций. Но тональность по-прежнему задают масс-медиа. Именно через технологии СМИ возможно сформировать позитивный образ чиновника или, наоборот, обрушить его имидж.

В данной связи отметим задающие границы в процессе формирования имиджа государственных гражданских служащих в разрезе взаимодействия со СМИ:

- 1) имидж госслужащих «сверхдинамичен», поэтому должен находить оперативный отклик в СМИ в условиях социально-культурных, политических, экономических и геополитических преобразований, которые оказывают влияние на «неосознанные» требования граждан;
- 2) на формирование имиджа госслужащего всегда будут оказывать влияние существующие у населения коммуникативные барьеры, фильтры («доверия» и «недоверия»). Роль СМИ, в данном случае, заключается в сглаживании «коммуникативных барьеров» через постоянное информирование населения о продуктивной деятельности представителей органов власти;
- 3) «социальное самочувствие» общества. Если печатные СМИ на данный момент «загоняют» общественное мнение в отрицательную плоскость, то роль других средств в арсенале СМИ (телевидения, радио и т. д.) — максимально приблизить мнение граждан к положительному вектору, повышая тем самым эффективность государственного управления в целом;
- 4) в целом имидж государственного гражданского служащего всегда представляет собой, в известном смысле, «полуправду» — он задает определенные направления для «домысливания» в соответствии с имеющимся социальным опытом субъ-

екта. Поэтому не стоит пренебрегать всевозможными методами воздействия на массовое сознание в арсенале СМИ, однако в рамках этических норм общества; 5) поддержание непротиворечивости и доступности для общества информации для поддержания сформировавшегося позитивного имиджа.

Формирование позитивного имиджа — сложный и многоэтапный процесс, основанный на результатах исследований, а также опирающийся на мнение граждан по поводу их представлений о том, какими репутационными характеристиками должен обладать государственный гражданский служащий в идеале [6, с. 9]. При этом эффективность данного процесса во многом зависит от активности всех его участников: во-первых, от готовности населения давать объективные оценки имиджу госслужащих; во-вторых, от заинтересованности самих государственных гражданских служащих в становлении своего положительного облика в массовом сознании; в-третьих, от способности СМИ стать мостами, а не барьерами, межкультурными коммуникаторами, проводниками диалога между властью и обществом, а не его цензорами.

Обобщая вышесказанное, следует заключить, что конструирование позитивного имиджа государственных гражданских служащих целесообразно при использовании возможностей СМИ. Как справедливо отметил П. А. Меркулов, «вся трудовая деятельность сотрудника административного аппарата в той или иной степени основывается на коммуникативной функции, общении с гражданами, представителями коммерческих структур, общественно-политических организаций и гражданских инициатив, с руководителями исполнительных органов власти и депутатами законодательных органов» [4, с. 57]. Поэтому образ государственного служащего в сознании граждан должен быть ассоциирован с порядочностью, добросовестностью, отзывчивостью. Через коммуникативные возможности средств массовой информации моральный «образ» государственного служащего должен отражать требования общества и включать в себя такие качества, как лояльность, профессионализм, нравственность.

Открытость, гибкость, мобильность, адаптивность такой стратегии, при активном участии населения в ее формировании, позволят в весьма короткие сроки преодолеть многочисленные «барьеры недоверия» к органам власти, повышая, тем самым, эффективность государственного управления в целом. «Современная практика функционирования российской управленческой системы и, что наиболее важно, ее муниципальный уровень свидетельствует о необходимости безотлагательных кардинальных мер в плане ее оптимизации» [2, с. 10].

Эффективность дальнейшего взаимодействия органов власти и СМИ будет способствовать повышению открытости и подотчетности органов власти; снижению коррупции в органах власти; повышению эффективности деятельности государственной гражданской службы; повышению доверия населения к государственной гражданской службе; участию широкой общественности в управлении территориями; совместному решению социально-экономических проблем. В идеале имидж государственной гражданской службы должен стать ответом на желания общественности. Тогда мы сможем говорить о высоком уровне управленческой культуры государственных гражданских служащих, что выступает залогом эффективности государственной службы как социального института.

Литература

1. Макнелли Д., Спик К. Как выделиться из толпы, или формула персонального брендинга. М. : ФАИР-ПРЕСС, 2011. 247 с.
2. Малик Е. Н., Мельников А. В. Специфика управления кадровым потенциалом муниципального образования в условиях реформы местного самоуправления // Управленческое консультирование. 2015. № 10 (82). С. 8–14.

3. Малик Е. Н., Санькова О. А. Институционализация профессионального обучения в области социальной работы в условиях модернизации российского образования // Среднерусский вестник общественных наук. 2013. № 1. С. 59–63.
4. Меркулов П. А. Актуальные проблемы подготовки управленческих кадров в современной России // Вестник государственного и муниципального управления. 2014. № 3. С. 55–59.
5. Портнягина Е. В., Фортуняк А. В. Проблема формирования позитивного имиджа государственных служащих РФ как направление государственной политики // Educatio. 2015. № IV (11). С. 127–131.
6. Тавокин Е. П. Государственные служащие: Самооценка эффективности, деловых и нравственных качеств // Мониторинг общественного мнения. 2010. № 2. С. 6–10.
7. Шлеверда И. Н. Политический имидж государственной гражданской службы: феномен современности // Теория и практика общественного развития. 2015. № 15. С. 88–89.

References

1. McNally D., Speak K. *Be Your Own Brand. A Breakthrough Formula for Standing Out from the Crowd* [Kak vydelit'sya iz tolpy, ili formula personal'nogo brendinga]. M : FAIR — PRESS. 2011. 247 p. (rus)
2. Malik E. N., Melnikov A. V. *Specifics of Management of the Personnel Capacity of Municipality in the Conditions of Reform of Local Government* [Spetsifika upravleniya kadrovym potentsialom munitsipal'nogo obrazovaniya v usloviyakh reformy mestnogo samoupravleniya] // Administrative Consulting [Upravlencheskoe konsul'tirovanie]. 2015. N 10 (82). P. 8–14. (rus)
3. Malik E. N., Sankova O. A. *Institutionalization of professional training in the field of social work in the conditions of upgrade of Russian education* [Institutsionalizatsiya professional'nogo obucheniya v oblasti sotsial'noi raboty v usloviyakh modernizatsii rossiiskogo obrazovaniya] // Central Russian Journal of Social Sciences [Srednerusskii vestnik obshchestvennykh nauk]. 2013. N 1. P. 59–63. (rus)
4. Merkulov P. A. *Actual problems of education of managerial personnel in modern Russia* [Aktual'nye problemy podgotovki upravlencheskikh kadrov v sovremennoi Rossii] // Journal of Public and Municipal Administration [Vestnik gosudarstvennogo i munitsipal'nogo upravleniya]. 2014. N 3. P. 55–59. (rus)
5. Portnyagina E. V., Fortuniak A. V. *Problem of forming of positive image of government employees of the Russian Federation as direction of a state policy* [Problema formirovaniya pozitivnogo imidzha gosudarstvennykh sluzhashchikh RF kak napravlenie gosudarstvennoi politiki] // Educatio. 2015. N IV(11). P. 127–131. (rus)
6. Tavokin E. P. *Government employees: Self-assessment of efficiency, business and moral qualities* [Gosudarstvennye sluzhashchie: Samootsenka effektivnosti, delovykh i нравstvennykh kachestv] // Monitoring of public opinion [Monitoring obshchestvennogo mneniya]. 2010. N 2. P. 6–10. (rus)
7. Shleverda I. N. *Political image of the public civil service: present phenomenon* [Politicheskii imidzh gosudarstvennoi grazhdanskoi sluzhby: fenomen sovremennosti] // Theory and practice of social development [Politicheskii imidzh gosudarstvennoi grazhdanskoi sluzhby: fenomen sovremennosti]. 2015. N 15. P. 88–89. (rus)