

Сергеева Татьяна Андреевна

студент, ФГБОУ ВО «Московский государственный психолого-педагогический университет», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0002-9136-957X

e-mail: sergeeva-r8@mail.ru

Савченко Ирина Алексеевна

канд. полит. наук, ФГБОУ ВО «Московский государственный психолого-педагогический университет», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0001-7607-4637

e-mail: arin76@mail.ru

Sergeeva Tatiana

Student, Moscow State University of Psychology & Education, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0002-9136-957X

e-mail: sergeeva-r8@mail.ru

Savchenko Irina

Candidate of Political Sciences, Moscow State University of Psychology & Education, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0001-7607-4637

e-mail: arin76@mail.ru

ПРОБЛЕМА ИМИДЖА ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ В РОССИИ

Аннотация. Формирование благоприятного имиджа является неотъемлемой частью профессионального роста государственных служащих. Современное общество предъявляет особые требования к имиджу сотрудников государственных служб. В связи с этим их имидж должен складываться из совокупности определенных характеристик, подчеркивающих эффективность и профессионализм их деятельности. Для эффективного формирования имиджа государственных служащих необходимо уделить внимание их личностным характеристикам, а также правильно организовать PR-компанию. Позитивный имидж является одним из главных инструментов формирования связи государства и общества с расстановкой значимых приоритетов. Формирование и развитие позитивного имиджа – многоуровневый, сложный и ответственный процесс, над которым необходимо упорно работать, чтобы государственный служащий мог вызывать доверие и соответствовать ожиданиям граждан. Несмотря на то, что на сегодняшний день имидж является одним из важнейших инструментов воздействия и управления, его суть должна заключаться исключительно в преследовании благих целей. Он должен быть направлен на выявление и последующее решение основных проблем граждан, а также на активный диалог с обществом.

Ключевые слова: имидж, формирование, образ, государственный служащий, государственный институт, PR-технология, диалог, власть, общество, доверие.

Цитирование: Сергеева Т.А., Савченко И.А. Проблема имиджа государственных служащих в России // Вестник университета. 2020. № 5. С. 32–40.

THE PROBLEM OF THE IMAGE OF PUBLIC SERVANTS IN RUSSIA

Abstract. The formation of a favorable image is an integral part of the professional growth of public servants. Modern society imposes special demands on the image of public service employees. In this regard, their image should consist of a set of certain characteristics that emphasize the effectiveness and professionalism of their activities. To effectively create the image of public servants, it is necessary to pay attention to their personal characteristics, as well as to properly organize a PR company. A positive image is one of the main tools for the formation of communication between the state and society with the placement of significant priorities. The formation and development of a positive image is a multi-level, complex and responsible process, which requires hard work so that a public servant can inspire confidence and meet the expectations of citizens. Despite the fact that today the image is one of the most important tools of influence and management, its essence should be exclusively in the pursuit of good goals. It should be aimed at identifying and subsequently solving the main problems of citizens, as well as an active dialogue with society.

Keywords: image, formation, image, public servant, State Institute, PR-technology, dialogue, authority, society, trust.

For citation: Sergeeva T.A., Savchenko I.A. (2020) The problem of the image of public servants in Russia. *Vestnik universiteta*. 1. 5, pp. 32–40. DOI: 10.26425/1816-4277-2020-5-32-40

Целью данной статьи является комплексное и всестороннее рассмотрение вопросов, связанных с формированием положительного имиджа государственных служащих в России.

Актуальность работы обусловлена тем, что формирование положительного имиджа государственных служащих является неотъемлемым условием развития и укрепления работы государственных органов, улучшения их функционирования и повышения эффективности.

© Сергеева Т.А., Савченко И.А., 2020. Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

The Author(s), 2020. This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



На сегодняшний день очень большое внимание уделяется имиджу государственных служащих. Особое значение придается принципам и нормам нравственного поведения государственных служащих, их отношению к служебным обязанностям, как к профессиональному долгу.

Интересы общества и государства являются основополагающим принципом, высшим критерием и конечной целью профессиональной деятельности государственного служащего [1]. Общество предъявляет ряд требований к поведению государственных служащих и их имиджу. Понятие «имидж» появилось в начале 60-х гг. прошлого века. Оно происходит от латинского слова «*imago*» – образ, которое связано со словом «*imitari*» – имитировать, воспроизводить.

В научной литературе понятие «имидж» трактуется по-разному. Е. А. Перелыгина определяет имидж как «создаваемый образ, то есть образ, возникающий в результате определенной деятельности, работы» [2, с. 36-37]. Действительно, имидж как наиболее эмфатическая сторона образа, находит свое выражение в формировании общественного мнения.

В современном мире имидж является эффективным средством воздействия на людей, своеобразной мягкой силой, в силу того, что основой системы государственного управления является демократия. В первую очередь, процесс становления имиджа заключается в формировании позитивного оценочного суждения, без использования таких элементов управления, как влияние, принуждение и устрашение. Данный процесс основан на стремлении к формированию желанного подчинения, не опираясь на материальные и нематериальные блага.

В функциональном подходе к классификации имиджа Г. Г. Почепцов различает следующие виды: зеркальный, который предполагает представление о самом себе; текущий – видение аудиторией; желаемый – идеальный имидж, к которому стремится сам государственный служащий либо другой субъект; корпоративный имидж представляет собой имидж организации, которую представляет государственный служащий; множественный имидж реализуется за счет представления нескольких организаций, к которым относится данный государственный служащий.

Существует еще несколько классификаций имиджа:

- 1) по уровню охвата целевой аудитории:
 - моноимидж представляет собой устойчивый образ об объекте, который формируется у разных групп общественности;
 - мультиимидж составляется из совокупности имиджа услуг и идей, предоставляемых целевой аудитории;
- 2) по эмоциональному аспекту:
 - позитивный;
 - негативный;
- 3) по направлению проявления:
 - внешний;
 - внутренний;
 - закрытый;
- 4) по сфере деятельности существует имидж:
 - политика;
 - бизнесмена;
 - руководителя;
 - организации;
 - страны и др.;
- 5) по механизму образования и распространения:
 - стихийный;
 - искусственно сформированный.

Стихийный имидж образуется спонтанно и держится достаточно продолжительное количество времени, искусственно сформированный, в свою очередь, внедряется целенаправленно, но его функционирование быстро проходит. Поэтому при реализации искусственно сформированного имиджа необходимо своевременно реагировать на реакцию целевой аудитории [5].

Имидж состоит из нескольких компонентов, которые необходимо тщательно продумать и подготовить, чтобы он сформировался в наилучшей степени для решения поставленных задач. Все компоненты являются взаимозависимыми. Основой составления имиджа является внешний облик личности или группы людей.

При оценке имиджа государственного гражданского служащего, общество большое внимание обращает на следующие факторы: финансовое положение, личные качества, рекламная известность, взаимодействие с общественностью, занимаемая должность и способность справиться с должностными обязанностями, этика поведения. Несмотря на то, что позитивный имидж помогает расположить к себе людей, многие государственные служащие пренебрегают целью формирования имиджа. С учетом особенности россиян легко полагаться на слухи, очевидно, что позитивный имидж будет служить хорошим элементом продвижения и расположения к себе общества государственного служащего.

Основополагающими значениями имиджа являются умение доброжелательно расположить к себе целевую аудиторию, именно поэтому объекту важно обладать таким качеством, как самопрезентация. Она представляет собой способность выгодно представить свою личность, расположить к себе, заинтересовать. В связи с этим самопрезентация очень популярна в шоу-бизнесе, театре и политике. Кто сталкивался с самопрезентацией, знают, что для того чтобы привлечь внимание публики недостаточно иметь только врожденный талант, необходимо развивать качества, которые помогут достичь поставленных целей.

Проблема формирования имиджа государственного гражданского служащего является одной из важных в области построения взаимоотношений между государством и обществом. Для гарантии стабильности в разных сферах общественной жизни и устойчивости системы власти необходимо сформировать стабильный положительный имидж государственной службы. К числу причин формирования имиджа российской гражданской службы, которые определяют идеологию построения имиджа, можно отнести следующие:

- совокупность российских особенностей, в число которых входят культурные, эмоциональные понятия, а также комплекс интеллектуальных навыков и направление мышления;
- географическое расположение субъектов Российской Федерации;
- природа взаимоотношений между государством и обществом на данный момент;
- ориентированность на интегрирование и выгодное обеим сторонам партнерство;
- своевременный мониторинг и развитие дипломатической службы, отвечающей мировым требованиям международных взаимоотношений [6].

Проведя анализ научной литературы, можно сделать вывод, что принцип профессионализма и компетентности является одним из основополагающих, оказывающим влияние на формирование имиджа гражданского служащего. Профессиональная компетентность – это личностное качество, приобретенное и развивающееся с годами, а также характеризующее знания, информированность и профессиональную грамотность государственного служащего. Работник должен соответствовать поставленным перед ним требованиям или превышать их.

Профессиональное обучение государственных служащих – процесс довольно сложный и продолжительный. Оно включает профессиональную подготовку, переподготовку, а также саму деятельность в области государственной службы. В Концепции реформирования государственной службы, системы повышения квалификации государственных служащих и улучшения программ обучения, которые способствуют формированию позитивного имиджа, являются основными направлениями кадровой политики [7].

Государственному служащему необходимо обладать качеством профессиональной коммуникации, так как его деятельность взаимодействует с другими людьми. Такое качество позволяет эффективно организовывать общественную деятельность, включая в нее новые взаимоотношения, но, к сожалению, некоторые чиновники, с высоким уровнем профессиональных компетенций, не обладают профессиональными компетенциями, что вызывает проблемы в процессе коммуникации с общественностью или с другими государственными деятелями.

Имидж нельзя изменить по щелчку пальца. Формирование и развитие имиджа процесс сложный и ответственный. С позиции этики ответственности, эффективный государственный служащий должен практиковать особый подход в общении с людьми. Это субъект-субъектный подход, как особый вид этического отношения к другой личности как к равному. Субъект-субъектный подход отличает уважительность, добросовестность, толерантность, лояльность, сдержанность по отношению к другим людям. Чем больше положительных индивидуальных характеристик присутствует у государственного служащего, тем более успешно будет сформирован его образ в глазах населения [8].

Характеристики имиджа:

- системность (в его составе находятся взаимосвязанные элементы);
- функциональность (имидж работает на человека);
- активность и динамичность (совершенствуется с развитием самого человека и изменениями условий, в которых он находится);
- устойчивость (ценностные установки, мировоззрение, характер, воля личности);
- информативность (дает разнообразную информацию о себе в процессе общения).

Имидж государственного служащего должен соответствовать ожиданиям общества и должен вызывать доверие, воздействовать на чувства людей, представляя своего рода идеал [9].

Необходимо постоянно работать над имиджем и закладывать в него такие черты, которые на сегодняшний день еще недостаточно развиты и представлены в нас.

Самые главные характеристики в оценке имиджа гражданского служащего – его компетенции, то есть эффективное применение знаний и умений, а также личных качеств для решения профессиональных задач, к которым можно отнести некоторые внутренние, потенциальные, скрытые психологические свойства (знания, восприятия, программы действий, системы ценностей и взаимоотношения), которые позже могут выявиться в компетенциях человека как соответствующие и активные проявления. Только знания, понимание, навыки, умения и ценностные ориентации, необходимые для осуществления профессиональной деятельности в конкретной области (в данном случае область государственного и муниципального управления), могут быть отнесены к профессиональным компетенциям. Данные характеристики в свою очередь преобразуются в задачи, на которые необходимо делать упор при построении имиджа [4].

Каждый государственный служащий, будь то руководитель или штатный работник, должен ответить на вопрос: «Какую реакцию я хочу вызвать у окружающих людей?». Например, руководитель с большим штатом сотрудников должен иметь авторитет у них. Значит, ему необходимо акцентировать свое внимание на таких качествах, как влияние, понятность и позитивность.

Поскольку имидж – системное явление, в его структуру входят следующие элементы:

- ментальный имидж (мировоззренческие, социальные и культурные установки, а также социальные стереотипы, приобретенные в ходе образования и самовоспитания);
- фоновый имидж (сведения, которые можно получить о человеке из СМИ и других источников информации);
- овеществленный имидж (написанные письма, визитные карточки, подарки и т. д.);
- имидж среды (офис, кабинет, автомобиль);
- вербальный имидж (культура речи и письма);
- кинетический имидж (жесты, мимика и телодвижения);
- габитарный имидж (костюм, прическа, аксессуары).

Если говорить об имидже, как о сложном явлении, он имеет несколько уровней персонального имиджа:

- биологический (включает в себя антропометрические данные, черты и выражение лица, тембр голоса, пол, возраст, национальность и т. д.);
- психологический (направлен на реализацию взаимоотношений госслужащего с общественностью по средствам чувственных и умственных образов, мотивации, процессов общения и т. д.);
- гносеологический (выявляет познавательные процессы персонального имиджа и определяет общие и профессиональные знания);
- перцептуальный (имидж как образ, восприятие, мнение о человеке);
- семантический (смысловой уровень персонального имиджа, рассматриваемый как средство человеческого общения);
- этнокультурный (соотнесенность персонального имиджа с картиной мира);
- социальный (обусловлен степенью социализации личности) [3].

По средствам имиджа государственный служащий обязан соответствовать требованиям, которые предъявляются к политику, которому можно доверять, а именно: честность, отзывчивость и добросовестность, а с помощью СМИ имидж должен отражать компетентность, преданность и этические нормы. Государственным управленцам необходимо работать над развитием данных стандартов не только для того, чтобы не потерять доверие со стороны населения, но и для эффективной реализации государственных задач [10].

На официальном сайте Левада-центра с 26 сентября по 2 октября 2019 г. проводился опрос для выявления уровня доверия политическим деятелям. В опросе принимало участие 1 600 человек, перед которыми были поставлены 2 открытых вопроса.

1. Назовите, пожалуйста, 5-6 политиков, общественных деятелей, которым вы более всего доверяете (табл. 1).

2. Назовите, пожалуйста, 5-6 политиков, общественных деятелей, которым вы более всего не доверяете (табл. 2) [11].

В таблице 1 указаны фамилии государственных деятелей, которые упоминались респондентами наиболее часто. Исследование показало, что Владимир Путин по-прежнему остается лидером среди политиков, которым россияне доверяют больше всего. Однако его показатели в этом рейтинге стали намного хуже после проведения пенсионной реформы и до сих пор не могут достичь прежних вершин.

Ниже представлены результаты опроса в таблицах. Ранжирование осуществлено по убыванию последних результатов.

Таблица 1

Ответы на открытый вопрос «Назовите, пожалуйста, 5-6 политиков, общественных деятелей, которым вы более всего доверяете»

Ответ	Ноябрь 2017	Июнь 2018	Сентябрь 2018	Март 2019	Июнь 2019	Сентябрь 2019
Владимир Путин, %	59	48	39	41	40	39
Владимир Жириновский, %	14	14	15	16	15	14
Сергей Лавров, %	19	14	10	14	13	14
Сергей Шойгу, %	23	18	15	16	17	13
Дмитрий Медведев, %	11	9	10	13	11	9
Геннадий Зюганов, %	10	7	8	8	9	6
Сергей Собянин, %	3	3	4	4	3	2
Валентина Матвиенко, %	2	2	1	3	3	2
Сергей Миронов, %	4	2	2	2	3	2
Нет таких / никому не доверяю, %	14	21	18	17	18	24
Затрудняюсь ответить / не знаю / нет ответа, %	11	12	18	16	18	14

Составлено авторами по материалам исследования

В ноябре 2017 г. работники Левада-центра вычислили, что более половины опрошенных (59 %) доверяли главе государства, но после того, как он заявил о намерении внести поправки в законопроект о повышении возраста, с которого граждане выходят на пенсию, количество доверяющих уменьшилось на 11 %.

Далее, в сентябре, после принятия данных поправок Государственной Думой в пенсионное законодательство, доверие снизилось еще на 9 п.п. и составило 39 %. Несмотря на попытки повысить имидж, по прошествии года, в сентябре 2019 г. уровень доверия населения остался прежним – 39 %.

По сравнению с концом 2017 г., к сентябрю 2019 г. также снизились показатели уровня доверия граждан большинства других политиков: Сергея Лаврова с 19 % до 14 %, Сергея Шойгу с 19 % до 13 %, Дмитрия Медведева с 11 % до 9 %. Подводя итог, можно отметить, что уровень доверия общественности снизился ко всем политикам. Количество респондентов, ответивших, что никому не доверяют увеличилось по сравнению с 2017 г. на 10 % и в сентябре 2019 г. составило 24%.

В противопоставление в таблице 2 представлен перечень ответов на вопрос, с помощью которых удалось выявить политиков, которым меньше всего доверяет общественность.

Таблица 2

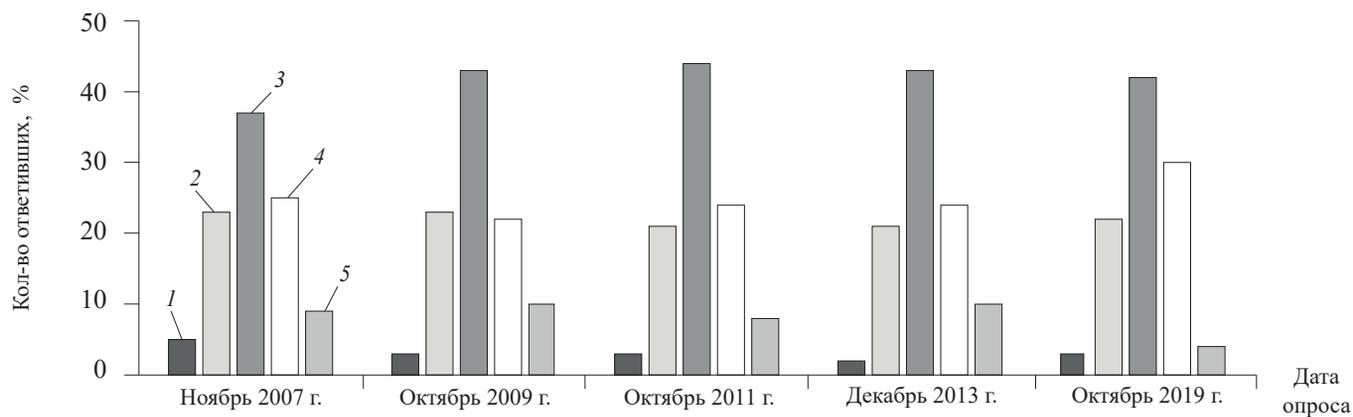
Ответы на открытый вопрос «Назовите, пожалуйста, 5-6 политиков, общественных деятелей, которым вы более всего не доверяете»

Ответ	Ноябрь 2017	Июнь 2018	Сентябрь 2018	Март 2019	Сентябрь 2019
Дмитрий Медведев, %	19	30	31	29	32
Владимир Жириновский, %	18	18	20	19	14
Владимир Путин, %	7	11	13	12	13
Геннадий Зюганов, %	11	8	11	10	8
Григорий Явлинский, %	11	9	4	6	5
Валентина Матвиенко, %	2	3	2	3	3
Сергей Миронов, %	4	2	3	2	2
Сергей Собянин, %	1	-	1	1	2
Дмитрий Песков, %	1	<1	1	2	2
Никому не доверяю, %	7	7	8	7	12
Затрудняюсь ответить / не знаю / нет ответа, %	32	26	28	26	31

Составлено авторами по материалам исследования

Также в рейтинге недоверия не улучшились показатели президента. Процент недоверия ему составил 13 п.п., по сравнению с 2017 г., он повысился на 4 п.п. Первую позицию в рейтинге недоверия занимает Дмитрий Медведев (32 %). Также увеличилось количество россиян, которые ответили, что никому не доверяют: так в сентябре 2019 г. их было 12 %, что на 5 п.п. больше, чем в ноябре 2017 г.

Также на сайте Левада-центра проводился опрос о несовпадении интересов власти и общества. Данный опрос показывает, что около четверти российских граждан считают, что интересы власти и общества не совпадают. Опрос проводился с 24 по 30 октября 2019 г. Количество участников составляло 1 616 человек от 18 лет из 137 населенных пунктов Российской Федерации. Проводилось личное опрашивание на дому. Опрос включал два вопроса: «Как вы считаете, совпадают ли сейчас в России интересы власти и общества?» (см. рис. 1) и «Почему вы считаете, что сейчас в России интересы власти и общества не совпадают?» (см. рис. 2).

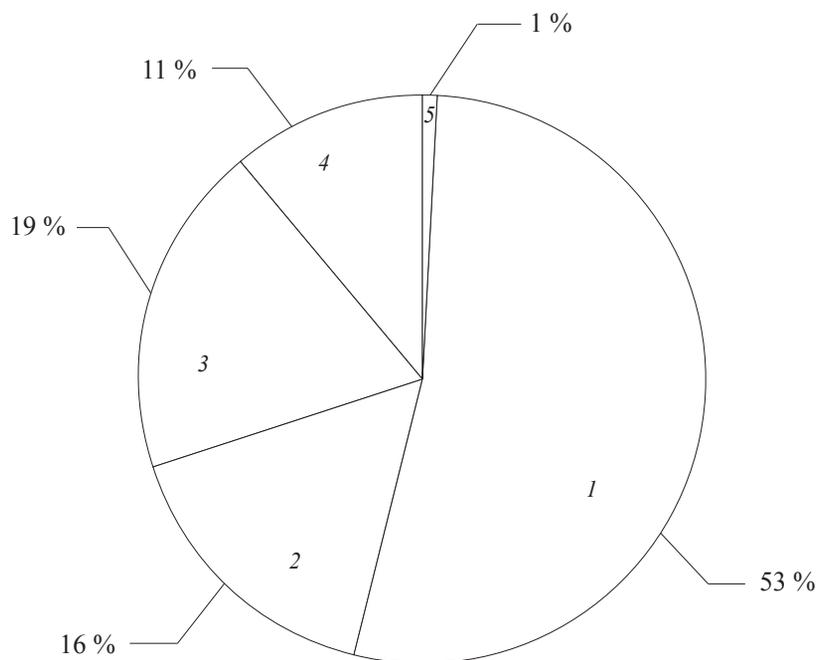


1 – определено да; 2 – скорее да; 3 – скорее нет; 4 – определено нет; 5 – затрудняюсь ответить

Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 1. Ответы на вопрос «Совпадают ли сейчас в России интересы власти и общества?»

Из рисунка 1 видно, что, суммируя ответы «определенно нет» и «скорее нет», в октябре 2019 г. уровень несоответствия интересов составляет 72 %. Этот показатель указывает на характерную для общественности двойственность. С одной стороны, можно отметить безвариантность, с другой стороны незащищенность и зависимость положения общественности. Больше всего недовольство выражает активное население, и наиболее высокий уровень разрыва между обществом и политической властью отмечают рабочие категории граждан и предприниматели.



- 1 – Власти живут за счет населения, их мало волнует, как живет народ.
- 2 – У власти и населения всегда разные интересы и цели.
- 3 – Нет «обратной связи» между теми, кто принимает политические решения наверху, и населением.
- 4 – Интересы власти и общества совпадают только в критические периоды, когда стране грозит смертельная опасность.
- 5 – Затрудняюсь ответить.

Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 2. Ответы на вопрос «Почему вы считаете, что сейчас в России интересы власти и общества не совпадают?»

Формирование положительного имиджа помогает выявить значение репутации гражданского служащего, которая, в свою очередь, определяет, достигнет объект поражения или успеха. В настоящий момент образ политического деятеля носит в глазах общественности негативный образ, который формируется за счет противопоставления ожидаемого имиджа и реального. Общественность способна заметить этику поведения, детали в одежде, грамотность, поэтому при формировании имиджа необходимо обращать внимание ко всем незначительным, казалось бы, вещам. Структура имиджа – довольно сложная система. Она включает множество аспектов, которые необходимо учитывать при формировании имиджа государственного служащего. Каждый аспект имеет свое особое значение, и все они взаимосвязаны. Процесс формирования имиджа государственного служащего должен осуществляться в двух направлениях: воздействуя на внешнюю среду – общественное мнение, с помощью СМИ и на внутреннюю среду – формирование личностного образа. Необходимо учитывать, что небольшой уровень эмоциональной насыщенности и реалистичности, а также недостоверное подкрепление фактов способны снизить уровень доверия к политическому деятелю или же вовсе разрушить его имидж, поэтому при реализации имиджа необходимо использовать различные СМИ, наполняя информацию достоверной информацией с эмоциональным наполнением. Например, предоставлять информацию об особенностях деятельности работы, проблемах и решениях преодолеваемых задач, успехах и благодарности населению, которое помогает определить вектор направления поставления целей.

С помощью имиджа государственный служащий должен транслировать обществу только те качества, которые подчеркивают его преданность делу, непредвзятость, неподкупность, уважение прав и свобод граждан. Только такая целенаправленная работа над своим образом способствует развитию тех необходимых стандартов, которым должен соответствовать любой государственный служащий в глазах общества. Работа над имиджем должна вестись повсеместно, ведь образ государственных служащих отражает образ всего государства в целом. Решением может стать реформирование системы, например, через обеспечение большей свободой развития бизнеса в регионах страны, а также граждан.

Формирование позитивного имиджа государственных служащих достигается огромным трудом. Чтобы имидж государственных служащих отражался как позитивный в общественном сознании и в сознании отдельных людей, нужно осуществлять свою работу таким образом, чтобы выполненные государственные обязанности не прикрывались личными целями. Устранить способы использования государственных полномочий, а также связанных с ними злоупотреблений в личных интересах. Проявлять уважение к гражданскому обществу, путем вежливости и внимания. Нужно стремиться к высшему уровню профессионализма и профессионального совершенствования, считать необходимым находиться в курсе всех текущих проблем, а также исполнять государственные задачи с профессиональной компетентностью, эффективностью и результативностью.

Библиографический список

1. Бердинских, М. В. Формирование имиджа организации: социологический анализ: дис. ... канд. социол. наук: 22.00.04 / Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург, 2013. – 168 с.
2. Бермешева, А. П. Профессиональная этика в сфере государственной и муниципальной службы // Молодой ученый. – 2018. – № 48. – С. 101-103.
3. Дейвис, Ф. Ваш абсолютный имидж. – М.: ООО «Внешсигма», 1996. – С. 244-280.
4. Кибанов, А. Я., Захаров, Д. К., Коновалова, В. Г. Этика деловых отношений: учебник / под ред. А. Я. Кибанова. – М.: Инфра-М, 2002. – 368 с.
5. Орлова, В. Н. Позитивный имидж государственных гражданских служащих как основа развития управленческой культуры // Управленческое консультирование. – 2016. – № 7 (91). – С. 14-18.
6. Савченко, И. А. Доверие к государственным служащим в современной России // Человек в экономических и социальных отношениях: материалы Всероссийской научной конференции. Москва, 4-5 окт. 2012 г. / Отв. ред.: А. Б. Купрейченко, Л. Н. Широкова. – М.: Институт мировой экономики и информатизации, 2012. – С. 259-261.
7. Савченко, И. А., Устинова, О. Е. Актуальные проблемы интернет-коммуникации между органом государственного управления и гражданами: социологический анализ // Политика и общество. – 2016. – № 9 (141). – С. 1233-1243.
8. Тавокин, Е. П. Государственные служащие: самооценка эффективности, деловых и нравственных качеств // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2010. – № 2. – С. 6-21.

9. Токарева, А. А., Николаева, А. А. Специфика мотивации персонала в системе государственной службы и некоммерческой организации // Дискурс. – 2018. – № 7 (21). – С. 191-206.
10. Шлеверда, И. Н. Политический имидж государственной гражданской службы: феномен современности // Теория и практика общественного развития. – 2015. – № 15. – С. 88-89.
11. Социологические опросы // Левада-центр [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.levada.ru/2019/10/17/doverie-politikam-3/> (дата обращения: 14.03.2020).

References

1. Berdinskikh M. V. Formirovanie imidzha organizatsii: sotsiologicheskii analiz [*Formation of the image of the organization: sociological analysis*]: dis. ... kand. sotsiol. nauk: 22.00.04. Ural'ski Federal'nyi universitet imeni pervogo Prezidenta Rossii B.N. Eltsina. Ekaterinburg, 2013. 168 p.
2. Bermesheva A. P. Professional'naya etika v sfere gosudarstvennoi i munitsipal'noi sluzhby [*Professional ethics in the sphere of public and municipal service*]. Molodoi uchenyi, 2018, no. 48, pp. 101-103.
3. Deivis F. Vash absolyutnyi imidzh [*Your absolute image.*]. Moscow, OOO "Vneshsigma", 1996, pp. 244-280.
4. Kibanov A. Ya., Zaharov D. K., Konovalova V. G. Etika delovykh otnoshenii: uchebnyk [*Ethics of business relations: textbook*]. Pod red. A. Ya. Kibanova. Moscow, Infra-M, 2002. 368 p.
5. Orlova V. N. Pozitivnyi imidzh gosudarstvennykh grazhdanskikh sluzhashchikh kak osnova razvitiya upravlencheskoi kul'tury [*Positive image of state civil servants as the basis for the development of managerial culture*]. Upravlencheskoe konsul'tirovanie [*Administrative Consulting*], 2016, no.7 (91), pp.14-18.
6. Savchenko I. A. Doverie k gosudarstvennym sluzhashchim v sovremennoi Rossii [*Trust in public servants in modern Russia*]. Chelovek v ekonomicheskikh i sotsial'nykh otnosheniyakh: materialy Vserossiiskoi nauchnoi konferentsii [*Human in economic and social relations: proceedings of the All-Russian scientific conference*]. Otvetstvennye redaktory: A. B. Kupreichenko, L. N. Shirokova. Moscow, Institut mirovoi ekonomiki i informatizatsii, 2012, pp. 259-261.
7. Savchenko I. A., Ustinova O. E. Aktual'nye problemy internet-kommunikatsii mezhdu organom gosudarstvennogo upravleniya i grazhdanami: sotsiologicheskii analiz [*Actual problems of Internet communication between public administration body and citizens: sociological analysis*]. Politika i obshchestvo [*Politics and Society*], 2016, no. 9 (141), pp. 1233-1243.
8. Tavokin E. P. Gosudarstvennye sluzhashchie: samoootsenka effektivnosti, delovykh i нравstvennykh kachestv [*Public servants: self-assessment of efficiency, business and moral qualities*] Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny [*Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*], 2010, no.2, pp.6-21.
9. Tokareva A. A., Nikolaeva A. A. Spetsifika motivatsii personala v sisteme gosudarstvennoi sluzhby i nekommercheskoi organizatsii [*Specifics of motivation of personnel in the system of public service and non-profit organization*]. Diskurs, 2018, no. 7 (21), pp. 191-206.
10. Shleверда I. N. Politicheskii imidzh gosudarstvennoi grazhdanskoi sluzhby: fenomen sovremennosti [*Political image of the state civil service: the phenomenon of modernity*]. Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya [*Theory and Practice of Social Development*], 2015, no.15, pp. 88-89.
11. Sotsiologicheskie oprosy [*Sociological survey*]. Levada-Tsentr [*Levada Center*]. Available at: <https://www.levada.ru/2019/10/17/doverie-politikam-3/> (accessed 14.03.2020).