

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет педагогики, психологии и
социальных наук

Кафедра
«Педагогика и психология»

Направление подготовки

44.04.01 Педагогическое образование

Магистерская программа

Педагогика и психология воспитания

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

на тему

**«Психологические характеристики имиджа
муниципальных служащих города и села»**

Студент

Дурачёнкова

Ирина Андреевна

(ф.и.о. полностью)

Руководитель

к.п.н., доцент

(подпись, дата)

Питанова М.Е.

(фамилия, инициалы)

Нормоконтролёр

к.п.н., доцент

(подпись, дата)

Груздова О.Г.

(фамилия, инициалы)

Рецензент

д.п.н., доцент, заведующий кафедрой
иностранных языков ФГКВОУ ВО
«Военная академия материально-
технического обеспечения имени
генерала армии А.В. Хрулева»
Министерства обороны Российской
Федерации (филиал, г. Пенза)

(подпись, дата)

Варникова О.В.

(фамилия, инициалы)

Работа допущена к защите (протокол заседания кафедры от 09.06.20 № 15)

Заведующий выпускающей кафедрой

(подпись, дата)

Лыгина М.А.

(фамилия, инициалы)

Работа защищена с отметкой 5 (протокол заседания ГЭК от 16.06.2020 № 2)

Секретарь ГЭК

(подпись, дата)

Назарова О.М.

(фамилия, инициалы)

Пенза, 2020 г.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
Глава 1 Теоретический анализ проблемы психологических характеристик имиджа муниципальных служащих	10
1.1 Обзор различных подходов к пониманию имиджа в зарубежной и отечественной психологии	10
1.2 Психологический контекст имиджа	17
1.3 Имидж муниципального служащего	24
Глава 2 Эмпирическое исследование психологических характеристик имиджа муниципальных служащих	30
2.1 Организация и методы исследования	30
2.2 Анализ и интерпретация полученных результатов	36
2.3 Рекомендации по формированию положительного имиджа	60
Заключение	65
Список использованных источников	68
Приложения	71

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования. В современном мире к человеку предъявляется множество требований со стороны общества. В особенности это касается тех людей, чьи профессии связаны с публичностью и постоянными коммуникациями с общественностью. Этим лицам необходимо постоянно следить за своим внешним видом, речью, поведением на публике, стараться избегать вредных привычек, соблюдать нормы и морали, принятые обществом, а также уметь вести деловые переговоры и в целом уметь презентовать себя, иными словами иметь безупречный имидж.

В целом имидж определяется как устойчивый, создаваемый личностью образ, который способен существовать и в отсутствие носителя, являющегося его создателем. Имидж – некая «визитная карточка», которая создается индивидом для других людей. К понятию имидж очень близко понятие репутация. Главное назначение имиджа и репутации – это достичь эффекта личной привлекательности. Человеку важно уметь произвести приятное впечатление и вызывать к себе доброжелательное и доверительное отношение. Без этого умения будет сложнее добиться выдающихся успехов.

Необходимость в формировании положительного имиджа в сфере муниципальной службы в России была актуальна всегда, но сейчас это ощущается особенно остро. Имидж муниципальных служащих в Российской Федерации зачастую не является положительным из-за определенного набора качеств муниципальных служащих. Население относится к муниципальной власти с определенным негативом и недоверием. Тем не менее, положительный имидж является необходимым условием поддержки населением муниципальных программ и проектов.

В данной диссертационной работе будет рассмотрен имидж муниципального служащего города и села. Одна из важнейших задач муниципального служащего – научиться оставлять о себе хорошее впечатление,

научиться формировать собственный имидж. Имидж муниципального служащего должен вызывать благожелательное отношение к нему широких слоев населения.

Степень научной разработанности проблемы. Истоки изучения формирования имиджа восходят к трудам Платона, Н. Макиавелли, Ф. Бэкона, Ш.Л. Монтескье, М. Вебера. Т. Гоббса. Большое количество материала по изучению формирования и сущности имиджа накоплено такими западными учеными, как Б. Карлоф, К. Болдинг, П. Друкер, С. Блэк, Л. Браун, П. Вейлл, Ф. Дейвис, А. Дейян, Б. Карлоф.

В отечественных научных работах, прежде всего, представлены материалы по изучению понятия имиджа: его сущности и основных составляющих компонентах. Такие учёные, как Т.Э. Гринберг, Е.А. Петрова, Н.Д. Ладанов, А. Цуладзе, Л. Шубут, А.Ю. Панасюк, А.А. Деркач, занимались изучением основных механизмов и технологий формирования имиджа политика. Г.Г. Почепцов в своей книге «Имиджелогия» раскрывает проблемы построения и управления имиджем, акцентирует внимание на большой роли имиджа в жизни человека. Вопросами формирования имиджа профессионала занимались такие учёные, как А.А. Калюжный, А. Ю. Панасюк, Е.А. Петрова, Е.Б. Перелыгина, В. М. Шепель.

Также в рамках изучения проблем формирования имиджа, необходимо отметить следующих современных исследователей: Т.М. Комарову, которая в своей статье рассмотрела роль органов местного самоуправления в формировании положительного имиджа территории; Н.П. Старых, который в своей диссертационной работе разработал технологии формирования имиджа органов местного самоуправления; Ю.В. Астахова, который в своей статье особо заострил внимание на основных проблемах дополнительного и опережающего образования муниципальных служащих.

Вопросам применения проектного подхода в формировании имиджа муниципального служащего посвящены труды таких авторов, как А.С. Ермак, О.А. Немченко, Е.А. Захарова.

Проблема нашего исследования состоит в том, что, несмотря на относительное разнообразие отечественной и зарубежной литературы по проблеме имиджа существует заметный дефицит в сфере исследований имиджа муниципального служащего города и села в конкретных условиях российского общества.

Все вышеизложенное позволило нам сформулировать тему исследования: «Психологические характеристики имиджа муниципальных служащих города и села».

Объект исследования – имидж муниципального служащего.

Предмет исследования – психологические характеристики имиджа муниципальных служащих города и села.

Цель исследования: изучение психологических характеристик имиджа муниципальных служащих для разработки практических рекомендаций по формированию позитивного имиджа служащих города и села.

В качестве гипотезы было выдвинуто предположение о существовании различий в психологических имиджевых характеристиках муниципальных служащих города и села: муниципальные служащие города самоуверенны, властны, импульсивны, энергичны; расчетливы и проницательны; при наличии напряженности, взвинченности, беспокойства и возбуждения, тогда как муниципальные служащие села мягкие, тактичные, уступчивые; доверчивые и открытые; эмоционально устойчивые.

В соответствии с целью, объектом, предметом и гипотезой в исследовании решались следующие задачи:

- 1) проанализировать психологическую литературу, посвященную изучению проблемы имиджа;
- 2) подобрать методологический инструментарий, адекватный

поставленной цели;

3) выявить психологические характеристики имиджа муниципальных служащих;

4) провести эмпирическое исследование, проанализировать результаты и сформулировать выводы;

5) разработать практические рекомендации по формированию позитивного имиджа.

Теоретико-методологическую базу исследования составил ряд методологических подходов к изучению имиджа: социально-психологический (Г.М. Андреева, Е.А. Володарская); интерсубъектный (Е.Б. Перельгина); психосемиотический (В.А. Лабунская, М.В. Гамезо, Е.А. Петрова и др.); акмеологический (Е.П. Костенко А.А. Деркач, А.П. Федоркина); концепции социального конструктивизма К. Геггена, концепции социальной идентичности А. Тэшфела, теории социальных представлений С. Московиси, концепции самокатегоризации Дж. Тернера.

Методы и методики исследования. Для решения поставленных задач и проверки выдвинутой гипотезы применялись следующие методы исследования: организационные методы (анализ литературы), эмпирические методы (психодиагностические методы, сравнительный метод), методы обработки данных (методы математической обработки данных), интерпретационные методы (описание полученных результатов и их интерпретация).

Для решения поставленных задач были выбраны следующие диагностические методики: 16-факторный личностный опросник Р. Кеттелла, методика КОС-2 (Методика коммуникативных и организаторских склонностей).

Полученные результаты были подвергнуты математико-статистическому анализу. Критерии выбраны на основе характеристик выборки: оценка значимости различий изучаемого параметра в двух независимых выборках – критерий Пирсона (хи-квадрат).

Процесс проведения исследования охватывал период с сентября 2018 г. по март 2020 г. и включал в себя три этапа.

Первый этап – подготовительный с сентября по ноябрь 2018 г., который включал в себя теоретический анализ социально-психологической и психолого-педагогической литературы по изучению имиджа, выдвижение гипотезы.

Второй этап включал в себя проведение констатирующего эксперимента (январь-февраль 2019г.), определение методик исследования, определение критериев и показателей исследуемого процесса.

Третий этап включал в себя проведение констатирующего эксперимента (сентябрь 2019 г.), математико-статистическую обработку полученного массива данных, обобщение и интерпретацию полученных результатов, выводы.

Организационная база исследования. В качестве испытуемых в исследовании приняли участие 40 человек:

- 20 человек муниципальных служащих администрации г. Пенза (главные специалисты, ведущие специалисты, специалисты 1-й, 2-й категорий);

- 20 человек муниципальных служащих администрации Тамалинского района Пензенской области (главные специалисты, ведущие специалисты, специалисты 1-й, 2-й категорий).

Достоверность результатов обеспечивается теоретической обоснованностью рассматриваемой проблемы, адекватностью используемых методов цели и задачам, логике исследования, применением методов математической статистики и репрезентативностью выборки.

Научная новизна исследования состоит в следующем: изучены и обобщены теоретические основания формулировки понятия «имидж муниципального служащего»; осуществлено теоретическое осмысление основных составляющих имиджа муниципального служащего; проанализированы и сопоставлены психологические характеристики имиджа муниципальных служащих города и села.

Теоретическая значимость исследования заключается в следующем:

результаты исследования позволяют расширить представления о психологических характеристиках имиджа муниципальных служащих города и села, а также сформулировать рекомендации муниципальным служащим по формированию позитивного имиджа.

Практическая значимость исследования определяется тем, что полученные данные и сформулированные на их основе рекомендации по формированию позитивного имиджа муниципального служащего могут использоваться в практической деятельности психологов по формированию положительного имиджа у данной категории людей.

Основные положения, выносимые на защиту.

1. Личностные характеристики муниципальных служащих города: самоуверенны, властны, упрямы до агрессивности, независимы в суждениях и поведении; жизнерадостны, импульсивны, энергичны; подозрительны и осторожны; расчетливы и проницательны; при наличии напряженности, взвинченности, беспокойства и возбуждения.

2. Личностные характеристики муниципальных служащих села: мягкие, тактичные, уступчивые; доверчивые и открытые; эмоционально устойчивые.

3. Для эффективной профессиональной деятельности муниципальных служащих важно наличие среди имиджевых характеристик организаторских и коммуникативных склонностей.

Апробация и внедрение результатов исследования. Теоретические положения и результаты опытно-экспериментальной работы были представлены на XXX научно-практической конференции студентов, аспирантов и профессорско-преподавательского состава «Актуальные проблемы науки в образовании» в секции «Актуальные проблемы педагогики и психологии» (г. Пенза, ПГУ, 2019).

По итогам исследования опубликованы две статьи.

1. Дурачёнкова И.А. Смысловые характеристики формирования имиджа муниципальных служащих // Психолого-педагогические аспекты самоорганизации личности в процессе образования : V международная научно-практическая конференция. – Пенза: Приволжский Дом знаний, 2019. – Вып. 5.– С. 26-29.

2. Дурачёнкова И.А. Имидж муниципальных служащих // Современные инструменты, методы и технологии управления знаниями. – №2. – 2019.

URL : <https://fortus-science.ru/index.php/KM/article/view/170>

Структура диссертации. Диссертация состоит из введения, двух глав, рекомендаций, заключения, списка использованной литературы, содержит 2 приложения, 18 таблиц. Основной объём работы составляет 67 страниц.

ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПРОБЛЕМЫ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ХАРАКТЕРИСТИК ИМИДЖА МУНИЦИПАЛЬНЫХ СЛУЖАЩИХ

1.1 Обзор различных подходов к пониманию имиджа в зарубежной и отечественной психологии

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) [3].

М.В. Шепель связывал понятие с визуальным образом, внешней привлекательностью и обаянием личности, он также ввел понятие «имиджелогия» [13]. Как отмечают, А.К. Семенов, Е.Л. Маслова имидж является сформированной формой отражения объекта в сознании людей. В.А. Спивак под данным понятием подразумевает «ореол», который создается собственными усилиями человека, а также в результате мнения о нем социальных групп.

А.Ю. Кошмарова считает, что имидж и репутация – это тождественные понятия. Имидж определяется как совокупность свойств и характеристик, а под понятием «репутация» следует понимать устойчивое мнение об индивиде.

А.Ю. Панасюк связывает имидж с синонимичным понятием «мнение» [18]. Также имидж является публичном «Я» человека, то есть внешним изображением, которое отражает его внутренний мир. А вот Г.С. Михайлова и Е.Б. Перелыгины считают, что имидж является символическим образом субъекта, который создается в процессе субъект-субъектного взаимодействия, а также представляется как оценочное суждение-мнение, как сложившийся в сознании реципиента образ-представление [28].

Понимание важности позитивного имиджа представляет собой

социальную потребность, и в связи с этим происходит развитие имиджмейкинга, который ориентирован на создание и коррекцию имиджа. Имиджелогии – системы практических дисциплин, которые обеспечивают методологическое и методическое оснащение деятельности имиджмейкера. Благодаря работам В.М. Шепеля, имиджелогия стала самостоятельной научно-прикладной областью знания, и с середины 90-х годов XX века появились первые теоретические исследования имиджа. Исследования Е.В. Андриенко, А.Ю. Панасюка, Г.Г. Почепцова, В. Шутца, применимые к анализу психологического содержания имиджа, рассматриваются в свете теории социальных ролей и «масок».

Проблемы создания и изменения имиджа частично отражены в работах таких исследователей, как Г.М. Андреева, В.П. Зинченко, Э. Берне, они занимались в основном разработкой «Я-концепции» и «Я-образа». Авторы считают, неправильно говорить о том, что имидж – разновидность образа. Субъектом этого прообраза может быть человек, группа, организации и т.д.

Е.А. Климов, Т.В. Кудрявцев занимались исследованием основных составляющих профессионального имиджа. Как отмечают авторы, важнейшим проявлением психического развития человека является его профессиональное самоопределение. В течение жизни у человека формируется отношение к различным областям труда, главное, это правильно выбрать профессию, работу, в которой будет возможность проявить свои способности и склонности [1].

Как отмечает, А.А. Калюжный имидж человека является неким продуктом социальной перцепции, который возникает только, когда объект находится в центре внимания окружения.

Следует отметить, что Е.А. Володарская, В.Г. Горчакова, А.Ю. Панасюк занимались изучением имиджа как социально-психологического феномена, исследователи акцентируют внимание на том, что в формировании привлекательного образа важную роль играют апробированные методики и технологии [29].

Е.Б. Перельгина разработала психологическую концепцию имиджа, в которой акцентируется внимание на проблемах создания мотивации и индивидуального имиджа человека (имиджа персоны). Е.А. Петрова в своей работе обозначила тактики создания имиджа: самомаскировку, самораскрытие, самопрезентацию.

В рамках психологической науки Е.А. Володарской, Т.А. Бусыгиной, Л.Ю. Донской, А.А. Калужным выделены психологические аспекты создания персонального имиджа. Авторы считали, что имидж является неотъемлемой частью зрелого человека, который способен создавать этот образ. Сформированный имидж можно считать психологической, профессиональной и социальной адаптацией. Если речь идет о формировании профессионального имиджа, то здесь происходит интеграция его психологических, социальных, профессиональных характеристик [14].

Одним из ключевых представителей имиджелогии является Е.Б. Перельгина. С её точки зрения, имидж состоит из ряда социально-психологических составляющих: как создаваемый образ; общение; символический образ. При изучении понятия «образ» необходимо использовать деятельностный подход, который указывает на органическую включённость имиджа в систему человеческой деятельности. Г. М. Андреева отмечает, что образ как «итог» социально-перцептивного процесса отражается во взаимоотношениях людей. Но может случиться так, что в отношениях «образы» другой личности станут более важными для человека, чем сами объекты [1].

Важным аспектом в системе понимания имиджа выступает и понятие субъект-субъектного взаимодействия (общение). Формирование имиджа выступает итогом некой деятельности субъекта-прообраза посредством субъект-субъективного взаимодействия, а также субъектов, которые воспринимают имидж.

Итоги изучения восприятия имиджа говорят о том, что категоризация и самокатегоризация – фундамент данного процесса, и это доказывает на

применимость к этому явлению теории самокатегоризации Т. Тернера. Таким образом, в процессе эмпирического изучения в рамках развития теории самокатегоризации, получены результаты, которые свидетельствуют о том, что стереотипные представления об общественных группах оказывают огромное влияние на субъективные оценки индивидов-представителей данных групп.

Проведенные в 1991 г. эксперименты М. Бирнэта и Е. Томпсона с использованием метода семантического дифференциала, позволили сделать вывод о том, что восприятие отношений членов индивидуальных групп реализуются по стандартам соответствующих категорий. К примеру, женщина набирает более высокие баллы в стандартизированном сравнительном (соревновательном) тесте [11].

Е.Б. Перелыгина отмечает, что символ отличен от иных видов знаков тем, что его связь с обозначаемым наиболее опосредована, что открывает большие возможности для всевозможных – культурологических, этнопсихологических, социально-психологических – интерпретаций символизма [27].

Следует отметить, что символический аспект имидж необходимо рассматривать и в контексте интеракционистского подхода, так как его представители считают, что исследование социального общения происходит с помощью его символического содержания.

Особое внимание последователей Дж. Мида уделяется вопросам «символической коммуникации», то есть социальному взаимодействию, которое реализуется посредством символов. Так как символическая природа имиджа заключается в том, что результаты его восприятия всегда разделяются человеком с другими людьми. А также формирование и функционирование имиджа всегда подразумевает общение или взаимодействие, которые неотделимы друг от друга, от сущности имиджа, представляющего собой образ «Я», создаваемый для других [13].

Имидж сочетает в себе большое количество личностных характеристик человека, благодаря которым общество представляет человеческую

индивидуальность. В структуру имиджа может входить одна или несколько составляющих. Исследователи психологической структуры личности, такие, как Г.Г. Почепцов, Л.М. Митина, Е.С. Ермакова выделяют различные её компоненты. В их схемах представлены качества и признаки, которые могут быть восприняты нами, как более очевидные (внешние) и глубокие – смыслообразующие. Г.Г. Почепцов рассматривает понятие «имидж», как текст, который сочетает в себе множество деталей.

Непосредственно смыслообразующие характеристики личности (стиль общения и работы, наличие индивидуального характера, профессиональная компетентность, ощущение времени) в большинстве своём влияют на её внешние данные и позитивность имиджа в целом [19].

Как отмечает М. Килошенко, создание имиджа представляет собой стилистическое препарирование человеческой фактуры. Иначе говоря, исследователь отмечает имидж как положительный, эмоционально окрашенный, постоянный образ человека, который создан для достижения неких целей, которые сложились в сознании людей, а не просто «социальное Я» человека [9].

Д. А. Леонтьев при изучении вопроса элементов имиджа и его создания отметил то, что имидж формируется с конкретной целью согласно имеющейся аудитории субъекта имиджа. Таким образом, человек формирует свой образ даже тогда, когда не преследует цели оказать впечатление. Это происходит даже при таких психологических явлениях, как неприятие и отрицание. Существует и обратный эффект. Он заключается в следующем: если человеку важно создать привлекательный имидж, то он стремится всячески его создать.

Как отмечает, И.П. Шкуратова, создание имиджа возможно в тех случаях, когда существует взаимодействие носителя имиджа и целевой аудитории, которая воспринимает имидж, посредством психологических характеристик субъекта. Иначе говоря, исследователь подразумевает следующее: создание имиджа невозможно без аудитории, которой носитель имиджа посылает

информацию о своих личностных характеристиках.

Таким образом, И.П. Шкуратова считает то, что появление имиджа происходит на базе его социально-психологической сущности. Автор отмечает, что имидж – явление, которое развивается в ходе взаимодействия человека и целевой аудитории. Но необходимо учитывать, что успешное создание имиджа зависит от целей субъекта, совпадения интерпретации системы имиджевых и социально-психологических знаков аудитории [31].

Нельзя не отметить важность в вопросе психологических составляющих имиджа «Я-концепции» и «Я-образа». Основоположником Я-концепции считается У. Джеймс, который в своих работах обращался к рассмотрению глобального, личностного Я (Self) как двоякого явления, сочетающего в себе Я-сознающее (I) – чистый опыт, а также «Я-как-объект» (Me) – содержание чистого опыта.

По мнению У. Джеймса, навык самовосприятия – некое врождённое качество психики индивида, на которое не влияет общественное взаимодействие, а оказывает влияние функция самопознания, самоотражения. Данная функция выражается понятием «Я-как-объект», которое является необъяснимым качеством психики. Индивид от рождения обладает данным качеством. Исходя из этого, создание Я-концепции является итогом личностного самопознания не зависит от общественных взаимодействий [31].

В 1912 г. Чарльз Кули предложил теорию зеркального Я. Автор считал, что мнение окружающих оказывает большое влияние на Я-концепцию человека. Согласно теории Ч. Кули, основой возникновения зеркального Я является символическое взаимодействие человека с первичными группами, в которых он является участником.

Дж. Мид является основателем теории символического интеракционизма, в которой он дополнил учение Ч. Кули о зеркальном Я. Дж. Мид считал, что понятие «Я-как-объект» является обобщённой оценкой личности его социальным окружением, то есть, это определённый прообраз имиджа,

«обобщенный (генерализованный) другим». По мнению Дж. Мида, «Я-как-объект» развивается исключительно в рамках социального взаимодействия и является итогом усвоения социально-культурных норм. Это говорит о том, что Я-концепция – это итог восприятия образа индивида в представлении группы самим человеком [13].

Учитывая кратко описанные результаты исследования Я-концепции, можно сделать следующие выводы: в имидж входят три взаимосвязанные структуры – Я-концепция, идеальное Я, «образ-у-других». Рассмотрим более детально данные понятия. Я-концепция человека – это символическая структура, в которой отражаются представления человека о самом себе; идеальное Я представляет символическую структуру, в которой отражаются представления индивида о том, каким бы он хотел стать; под образом-у-других понимается также символическая структура, в которой человек анализирует то, как он выглядит в глазах окружающих. Но следует учитывать, что ни одна из данных структур в общем смысле не аналогична имиджу. Скорее всего, данное совпадение могло бы случиться в «идеальном случае», если три символические структуры были бы одинаковы по содержанию, то есть, когда человек представлял бы себя именно таким, каким хотел бы быть и каким его видят окружающие люди.

Но в этом случае, не подтверждается то, что имидж – образ, который создают, то есть образ, возникающий в результате определенной деятельности, которая выполняется при наличии мотивации. Так как в изначальном совпадении трех структур мотивация не может появиться, потому что нет необходимости в преобразовании и возникновении деятельности [24].

Обобщая вышесказанное, можно отметить, что нет единого подхода к определению понятия «имидж». Авторы определяют имидж как образ, как «визитную карточку», как мнение, как представление, как единство типичных и признаков и прочее. В связи с этим имеется масса подходов к обозначению психологических составляющих имиджа. Исследователи выделяют данные

составляющие согласно восприятию имиджа личности либо внешним фактором (образ, символический образ, общение), либо внутренним (Я-концепция, образ зеркального Я).

1.2 Психологический контекст имиджа

Психологический контекст имиджа сводится к следующему: подражание найденным образцам поведения; социальный рефлекс – понравиться другому, добиться своего; управление вниманием; управление эмоциями [13].

В целом имидж определяется как устойчивый, создаваемый личностью образ, который способен существовать и в отсутствие носителя, являющегося его создателем; это некая «визитная карточка», которая создается личностью для других людей; это образ, который направлен на определенную аудиторию с конкретной целью и предполагающий особенную реакцию, которую личность рассчитывает вызвать и закрепить за собой у окружающих.

В.М. Шепель, отечественный специалист по имиджированию, выделил три группы личностных характеристик, благодаря которым человек может решить проблему имиджа.

К первой группе относятся следующие качества: эмпатичность, которая заключается в искреннем сочувствии и сопереживании другому человеку; коммуникабельность выражается в построении эффективной коммуникации с людьми; красноречивость, которая проявляется в умении человека говорить красиво, логически правильно; рефлексивность заключается в умении человека представлять, как он выглядит в глазах окружающих.

Во вторую группу В.М. Шепель включил следующие качества личности: нравственные ценности (идеалы, принципы человека), психическое здоровье, умение конструктивно разрешать конфликты и др.

В третью группу входят качества, которые человек приобрел в течение жизни, исходя из своего жизненного и профессионального опыта [19].

Основными функциями имиджа являются идеализация – склонность идеализировать объект, видеть в нем только положительные стороны, идентификация – облегчённое восприятие объекта, противопоставление – сравнение одного объекта с другим.

Рассмотрим основные этапы формирования имиджа: на первом этапе происходит сбор (анализ) информации о человеке, обозначаются цели, определяется целевая аудитория; на втором этапе разрабатываются основные шаги к достижению поставленных целей; на третьем этапе анализируется полученная обратная связь от аудитории и вносятся корректировки в план.

Имидж рассматривается как результат психического отражения его носителя. В имиджологии существует несколько подходов к сущности восприятия имиджа: индивидуально-психологический и социально-психологический.

В индивидуально-психологическом подходе личность и ее имидж изучаются через особенности и качества человека.

В социально-психологическом подходе личность и имидж рассматривают не изолированно, а в составе определенной социальной группы. Восприятие происходит в динамике, а также во взаимосвязи всех элементов образа.

Имидж влияет как на окружающих, так и на своего носителя. Психология воздействия имиджа на своего носителя связана с тем влиянием, которое осуществляет созданный человеческий образ на его внутренний мир [15].

Некоторые исследователи (А.С. Ковальчук, В.Г. Горчакова) отмечают также то, что в структуру имиджа входит и такая составляющая, как темперамент.

Темперамент – это индивидуальные особенности человека, которые определяют динамику протекания его психических процессов и поведения. Рассмотрим характеристики четырех типов темперамента:

– холерический – сильный, неуравновешенный тип с преобладанием возбуждения;

- сангвинический – сильный, уравновешенный, подвижный тип;
- флегматический – сильный, уравновешенный, инертный тип;
- меланхолический – слабый тип.

Для создания имиджа представителям различных темпераментов приходится прилагать разные усилия.

Темперамент человека в течение жизни не изменяется, возможно, лишь замаскировать отрицательные и подчеркнуть положительные характеристики личности. Очень важно правильно выбрать область деятельности, профессию, в которой можно в полной мере раскрыть свои способности, склонности. Если человек испытывает затруднения при выборе профессии, ему стоит обратиться за помощью к психологу. Владелец каждого из темпераментов может быть полезным на своем рабочем месте, если при его выборе он учел свои достоинства и недостатки [29].

Психология объекта имиджа заключается во внутреннем понимании своего образа и предъявлении его окружающим людям. На практике видно, что люди дорожат общественным мнением о них и, как правило, стараются показывать свои лучшие качества.

Психология субъекта имиджа, то есть человека, который воспринимает образ другого, заключается в опосредовании в своем внутреннем мире отличительных черт объекта восприятия. Это опосредование имеет оценочную составляющую, на основании которой формируется суждение о человеке (объекте) [23].

Субъект выделяет в воспринимаемом им объекте ряд качеств, таких как: интересный, хороший, любознательный, профессиональный, значимый, либо не выделяет. Далее по каждому из качеств выносятся оценки, а все вместе они и формируют положительный или отрицательный образ.

Сформированный во внутреннем мире субъекта (личности) образ другого человека (объекта имиджа) играет важную роль в дальнейшем общении, а так же в совместной деятельности. При положительном имидже зарождается

стремление к энергичному, интересному общению с последующей активной совместной деятельностью. И наоборот, отрицательный имидж вызывает отторжение, нежелание вступать в контакт, тем самым воспринимающий человек стремится дистанцироваться от такого человека.

В любом коллективе социальная структура формируется на основании рейтинга имиджей его работников. Например, человек, который обладает высоким личным имиджем в глазах сотрудников, как правило, становится неформальным лидером.

Социально-психологическая составляющая имиджа является обобщенным образом человека в общественном мнении. Неформальные лидеры коллектива — это люди активные и волевые, вносящие фундаментальный вклад в создание социального образа. Их мнение имеет значение и обычно является определяющим.

В структуру имиджа входит несколько взаимосвязанных и зависимых друг от друга элементов. Основными составляющими имиджа являются: внешняя, поведенческая, личностная и профессиональная части [15].

Внешняя составляющая имиджа.

Восприятие образа человека начинается с «визуального имиджа», т.е. внешнего вида. Каждый человек индивидуален и обладает неповторимыми внешними данными. Как известно, внутренний мир и внешность человека взаимосвязаны. Во внешнем образе проявляется характер, образование, воспитание, социальное положение и другие внутренние черты человека.

Внешний облик личности сформирован из трех элементов: физиологической индивидуальности, одежды, предметного окружения. Психология внешнего облика заключается в том, как человек (объект имиджа) показывает себя окружающим. Заботится ли он о том, чтобы предстать перед окружающими в достойном и привлекательном виде, либо ему это безразлично. Отношение человека к своей внешности является элементом его культуры, а также уважения к окружающим его людям [27].

Поведенческая составляющая имиджа.

Еще одним из факторов, влияющих на образ человека, является его поведение. В том, как человек ведет себя с окружающими, можно увидеть его сущность. Поведение человека, складывается из трех элементов: манеры; мимика и жестикуляция; стиль общения.

Манеры – это внешнее поведение человека. Они проявляются в умении преподнести себя и в стиле общения с другими людьми. Манеры выражаются также во внешних способах приветствия, изложении своих мыслей, умении слушать. Выразительные движения тела должны быть естественными и в тоже время культурными. Вычурные и грубые манеры оказывают негативное влияние на имидж человека. Дурные манеры отталкивают окружающих, вызывают чувства отвращения и неприязни. Если человек хочет, чтобы о нем сложилось положительное мнение (имидж), ему необходимо тщательно следить за своим поведением.

Мимика и жестикуляция также влияют на формирование образа. Сюда же следует отнести походку и позы [30].

О чертах и мимике лица, ее психологии существует целая наука – физиогномика. Походка, позы и жесты должны быть естественными, но не вульгарными. К ним применимо так называемое правило, правило - «золотой середины». Жестикуляция в большинстве своём представляет собой национальную черту.

Стиль общения – это совокупность методов взаимодействия с партнером/партнерами, воплощаясь в определенных формах и имея соответствующий характер реализации, способствуют созданию межличностных отношений. Человек в ходе общения с собеседником должен проявлять следующие качества: умение слушать, доброжелательность, тактичность, уважение, вежливость. Индивидуальный стиль общения характеризует уровень коммуникативного мастерства человека [30]. Большую роль в формировании стиля общения играет профессиональная деятельность.

Личностная составляющая имиджа.

Имидж представляет человека как личность, в совокупности его внутренних качеств и свойств. Личность человека в глазах других людей состоит из комплекса качеств и свойств. Основными особенностями, влияющими на образ человека, являются характер, воля, мотивы, ценностные ориентации, социальное окружение. Характер и воля отражают эмоциональный мир личности, а также умение управлять своими эмоциями, чувствами.

Характер рассматривается как совокупность устойчивых свойств человека, которые определяют его эмоции и поведение. Если человек обладает положительными чертами характера, то у него создается привлекательный имидж. С таким человеком приятно общаться, приятно проводить время, к нему тянутся окружающие люди. А у человека с преобладанием в характере негативных характеристик, наоборот, формируется негативный образ. И окружающие люди стараются избегать контактов с ним, дистанцируются от него [20].

Воля – свойство личности, которое позволяет сознательно управлять своей психикой, поведением. Волевой человек обладает следующими качествами: целеустремленность, настойчивость, самоконтроль, смелость, терпеливость и др. Человек, обладающий сильной волей, чаще всего добивается успеха в жизни. Таких людей уважают окружающие, считают их сильными личностями, на них равняются, и, исходя из этого, у человека формируется привлекательный имидж. В личностной составляющей должно быть ярко выраженное свойство или качество. Например, чувство юмора. В этом случае, имидж человека будет создаваться вокруг именно этого качества.

Ценности определяют образ жизни человека, его направленность, ориентиры и интересы. Исходя из того, какие ценностные ориентации преобладают на данный момент, человек выстраивает траекторию развития жизни. Так же благодаря внутренним ценностным установкам человек взаимодействует с окружающими людьми и воспринимает действительность

через призму «это хорошо – это плохо».

Мотивы человека имеют связь с кругом его интересов и потребностей, намерений и желаний. Через мотивы внутренний мир человека проявляется в его деятельности [30]. Круг общения оказывает огромное влияние на имидж человека. Люди, с которыми мы общаемся, воздействуют на нас через призму своих мотивов, взглядов и ценностей.

Профессиональная составляющая имиджа.

Профессиональный имидж – представление о человеке, как о специалисте, профессионале, которое складывается о нем у его руководства, подчиненных, коллег. И собственно это представление может как помочь в достижении успеха, так и стать помехой на пути к достижению целей. Основные элементы профессионализма: уровень квалификации, опыт работы, достижения.

Таким образом, имидж – образ, который направлен на определенную аудиторию с конкретной целью и предполагающий особенную реакцию, которую личность рассчитывает вызвать и закрепить за собой у окружающих. Психология имиджа человека составляет три аспекта: психологию объекта и воспринимающего субъекта; общественное мнение об объекте. В структуре имиджа выделяют внешнюю, поведенческую, личностную, профессиональную составляющие. В нашем исследовании под психологическим аспектом имиджа понимается восприятие окружающими темперамента, характера, установок, ценностей, мотивов и других психологических характеристик самого носителя имиджа.

1.3 Имидж муниципального служащего

Имидж муниципального служащего – это индивидуальный имидж, который является оценочным образом, складывающийся из последующих параметров: профессионализм и честность, эффективность и результативность

работы, должностное поведение, коммуникативные и организаторские способности, культурный уровень и т. п., также собственные оценки деятельности представителя местной власти 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, Е.В. Егорова, О.В. Иванникова, А.И. Ковлер, Г.Г. Почепцев, Е.Б. Шестопап предлагают различные варианты трактовки его составляющих [24].

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.

В работах Г.Г. Почепцова выделяются элементы смысла имиджа характерного для муниципального служащего: прошлое, семья, спорт, питомцы, хобби, слабости, желания и прочее. Эти элементы чрезвычайно значимы, потому что их заполнение делает имидж государственного деятеля более живым и приближает его к народу. Следует отметить, что при отсутствии информации о «обычных человеческих слабостях», они заполняются массовым сознанием стихийно неоправданно [31].

Следует отметить, что образ муниципального служащего зависит и от организации, в которой он работает, и от имиджа остальных сотрудников. Бывает так, что высококвалифицированный, компетентный представитель муниципальной службы попадает под обвинение население, проблемы которых не были разрешены в городском органе. Это возможно, если, например, муниципальному служащему не хватило опыта и профессионализма в решении данного вопроса. В таком случае целесообразно целенаправленно рассматривать

методы взаимодействия, стили общения, компетенции государственного органа, обратную связь с населением, так это целиком и полностью влияет на создание привлекательного имиджа [5].

Значимым условием результативности делового общения муниципального служащего становится владение коммуникативными спецтехнологиями, увеличение субъекта коммуникативной компетентности. Особенности профессиональной деятельности муниципальных служащих требует от них обладание высоким уровнем коммуникативных, организаторских способностей, а также умения конструктивно разрешать конфликтные ситуации, владеть определенными знаниями психологии человека, умениями правильно проводить совещания, деловые переговоры, иметь навыки общения со СМИ и др. [8].

В систему основных черт имиджа муниципального служащего входят следующие данные: первое, что нужно учитывать – это этнографические, культурные особенности человека (пол, национальность, образование и др.); второе – это экономические способности (квалификация, трудовой потенциал и др.); третье – личностные качества (коммуникабельность, гибкость, ответственность, способность к эмпатии, стрессоустойчивость и др.) [14].

Необходимым условием для формирования привлекательного имиджа муниципального служащего является информирование представителей населения о предмете деятельности органов местной власти, это будет способствовать формированию у населения понимания того, что муниципальные служащие исполняют свои полномочия на высоком уровне.

При знании о деятельности муниципального органа, его составляющих характеристиках, можно судить о работе организации в целом и о сотрудниках. Главными составляющими в данном случае могут выступать: имидж персонала, материалы для СМИ, которые подготавливает организация (Pr-тексты, аудиоматериалы, фотоматериалы, видеоматериалы и др.), внутренний имидж, в который входят деловая среда, психологический микроклимат, восприятие

организации общественностью, социальный имидж –основная цель и роль организации в общественной жизни [5].

Восприятие населением образа муниципального служащего чаще всего происходит по таким имиджевым характеристикам, как внешний вид, общественно-демографическая принадлежность, уровень профессионализма, вербальное и невербальное поведение, а также контекст, который состоит из целей, ценностей, мотивов и установок.

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. Особенности социально-психологического плана имиджа госслужащего состоят в грамотной обратной связи, взаимодействии с людьми, стремлением по мере своих возможностей помочь и понять каждого отдельно, как и весь социум в целом.

Социально-психологическая специфичность имиджа муниципального служащего заключается в постоянном общении с людьми. Поэтому одна из значимых задач государственного служащего – уметь оставлять о себе приятное впечатление, так же уметь формировать свой собственный имидж. Имидж в деловом обществе является чисто личным инструментарием, при помощи которого может быть создание доверительных отношений [13].

Рассмотрение проблем имиджа муниципальной службы в контексте взаимодействия гражданского социума и государства является самой важной задачей любой страны. Опросы общественности, мнения специалистов, ученых, аналитиков показывают, что теперь авторитет государственной власти в решающей степени находится в зависимости от степени компетентности, профессионализма ее представителей на всех уровнях: от федерального до поселкового. При этом особенное значение приобретает общественно-психологическая компетентность: умение взаимодействовать с людьми,

выражать и охранять их интересы, завоевывать доверие, авторитет, сформировывать в их глазах позитивный образ, т.е. высокий имидж собственной фигуры в качестве исполнителя «воли» страны.

Особенное значение проблема общественно-психологической компетентности (как фактора, условий повышения имиджа муниципальной службы) имеет на федеральном уровне. От муниципального служащего любого статуса, теперь требуется не только лишь политическое чутье либо интуиция, а в большей мере знание, во-первых, законов взаимодействия страны и социума в целом, а именно общественно-психологических законов; во-вторых, законов становления государственного социума, в особенности законов становления психологии масс, психологии этносов, наций, народов и т.д.; в-третьих, знание законов функционирования муниципальной службы, так же общественно-психологических законов [6].

Социально-психологические законы – это законы становления и функционирования явлений массовой психологии, процессов, движущей силой которых выступают потребности и интересы социальных субъектов. Знание общественно-психологических законов – есть общественно-психологическая база повышения позитивного имиджа муниципальной службы на базе профессионализма. Человеку необходимо заботиться об улучшении своего имиджа, если, например, он хочет устроиться на достойную работу, сделать карьеру и т.д. Таким образом, деятельность должна проводиться в контексте психологического влияния.

Одним из видов психологического влияния является рациональное убеждение (persuasion), которое состоит в попытках воздействия на установки реципиента посредством изменения их когнитивной составляющей, то есть системы знаний и убеждений. Человек, на которого было оказано психологическое влияние, может аргументировать свою точку зрения из аргументации того, кто оказал влияние. И, таким образом, человек, который заинтересован в построении своего позитивного имиджа, оказывая

психологическое влияние на окружающих, построит свой имидж лишь посредством манипулирования [11].

Формирование имиджа является самостоятельным родом деятельности, который связан с применением творческого и интеллектуального потенциала в результате моделирования внешних и внутренних особенностей человека для достижения результата. Таким образом, создание привлекательного образа преследует внутренние цели (саморазвитие и самосовершенствование), внешние цели (перцепция) [8].

Создание имиджа человека может идти двумя путями:

- стихийно (спонтанно), это когда имидж представляет собой результат естественного роста и самосовершенствования человека;

- целенаправленно, в данном случае формирование имиджа происходит с помощью целенаправленной деятельности, т.е. разработке определенных этапов [25]. Однако определённая работа по улучшению, изменению может производиться как спонтанно, так и с помощью известных стратегий, а также можно обратиться за помощью к специалистам-имиджмейкерам. Исходя из этого, имидж – образ, который направлен на определенную аудиторию с конкретной целью и предполагающий особую реакцию, которую личность рассчитывает вызвать и закрепить за собой у окружающих.

Таким образом, рассмотрев различные подходы к пониманию имиджа в зарубежной и отечественной психологии, мы пришли к выводу о том, что нет единого подхода к определению понятия «имидж». Например, О. Феофанов рассматривал имидж как образ-представление. М.В. Шепель связывал понятие имиджа с внешней привлекательностью и обаянием личности. В исследованиях А.Ю. Кошмарова имидж отождествляется с понятием репутации. С точки зрения Е.Б. Перелыгиной, имидж трактуется, как символический образ субъекта, как оценочное суждение-мнение, как сложившийся в сознании реципиента образ-представление.

Структурными составляющими имиджа являются: внешняя, поведенческая, личностная и профессиональная части. Каждая из четырех составляющих имеет свои элементы.

К составляющим имиджа муниципального служащего следует отнести такие качества, как:

- профессионализм в выполнении профессиональных задач;
- мотивацию к повышению качества жизни населения;
- опрятный внешний вид;
- умение правильно организовать и провести деловые коммуникации;
- стремление к саморазвитию и т. д.

Подводя итог, можно отметить, что процесс образования позитивного образа муниципального служащего тесно взаимосвязан с их психологическими особенностями. Общественно-психологическая специфичность образа муниципального служащего заключается в постоянном взаимодействии и общении с населением. Поэтому представителям муниципальной службы необходимо постоянно следить за своим внешним видом, речью, поведением на публике, стараться избегать вредных привычек, соблюдать нормы и морали, принятые обществом, а также уметь вести деловые переговоры и в целом уметь презентовать себя, иными словами иметь безупречный имидж.

ГЛАВА 2 ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ХАРАКТЕРИСТИК ИМИДЖА МУНИЦИПАЛЬНЫХ СЛУЖАЩИХ

2.1 Организация и методы исследования

Целью данного исследования стало изучение психологических характеристик имиджа муниципальных служащих и разработки практических рекомендаций по формированию позитивного имиджа служащих города и села.

Исследование проводилось на базе администрации г. Пензы и администрации Тамалинского района Пензенской области.

Процесс проведения исследования охватывал период с сентября 2018 г. по март 2020 г. и включал в себя следующие этапы: первый этап – подготовительный с сентября по ноябрь 2018 г., который включал в себя теоретический анализ социально-психологической и психолого-педагогической литературы по изучению имиджа, выдвижение гипотезы; второй этап включал в себя проведение констатирующего эксперимента (январь-февраль 2019г.), определение методик исследования, определение критериев и показателей исследуемого процесса; третий этап включал в себя проведение констатирующего эксперимента (сентябрь 2019 г.), математико-статистическую обработку полученного массива данных, обобщение и интерпретацию полученных результатов, выводы.

В качестве испытуемых в исследовании приняли участие 40 человек, из них:

- 20 человек муниципальных служащих администрации г. Пенза (главные специалисты, ведущие специалисты, специалисты 1-й, 2-й категорий);
- 20 человек муниципальных служащих администрации Тамалинского района Пензенской области (главные специалисты, ведущие специалисты, специалисты 1-й, 2-й категорий).

Для решения поставленных задач и проверки выдвинутых гипотез применялись следующие методы исследования: организационные методы (анализ литературы), эмпирические методы (психодиагностические методы, сравнительный метод), методы обработки данных (методы математической обработки данных), интерпретационные методы (описание полученных результатов и их интерпретация).

Для диагностики психологических характеристик имиджа муниципальных служащих г. Пенза и муниципальных служащих Тамалинского района Пензенской области были выбраны следующие диагностические методики.

С целью изучения особенностей характера, склонностей и интересов личности нами была использована методика 16-факторный личностный опросник Р. Кеттелла.

16-факторный личностный опросник – психодиагностическая методика, разработанная институтом под руководством Рэймонда Кеттелла. 16PF предназначен для измерения 16 факторов личности, является реализацией подхода к исследованию личности на основе изучения ее черт. Этот тест универсален, практичен, дает многогранную информацию об индивидуальности. Вопросы отражают обычные жизненные ситуации. В опросник входят нижепредставленные факторы.

А «замкнутость – общительность» (шизотимия – аффектотимия). При высоких показателях по данному фактору людям присущи такие качества, как, добросердечность, доверчивость, общительность, добродушие, открытость, внимательность. При низких показателях по данному фактору: замкнутость, недоверчивость, необщительность, критичность, скрытность, ригидность.

В «интеллект». При высоких значениях по данному фактору человеку свойственны высокие общие мыслительные способности, широкие и разнообразные интеллектуальные интересы, он быстро обучается, у него присутствует смекалка и сообразительность. При низких показателях по

данному фактору людям присущи следующие качества: сниженная оперативность мышления, некоторая ригидность мышления, конкретность и др.

С «эмоциональная неустойчивость – эмоциональная устойчивость» (слабость Я – сила Я). При высоких показателях человеку присущи такие качества, как эмоциональная зрелость, выдержанность, высокая работоспособность. Низкие показатели по данному фактору свидетельствуют об эмоциональной неустойчивости, раздражительности, быстрой утомляемости, импульсивности.

Е «подчиненность – доминантность». При высоких оценках люди самоуверенны, независимы, властны, упрямы до агрессивности. Низкие значения свидетельствуют о следующих качествах личности: конформность, застенчивость, готовность брать вину на себя, скромность.

Ф «сдержанность – экспрессивность» (десургенция – сургенция). При высоких оценках люди жизнерадостны, разговорчивы, подвижны, импульсивны, беспечны, веселы и энергичны. При низких оценках люди характеризуются благоразумием, рассудительностью, осторожностью, молчаливостью.

Г «подверженность чувствам – высокая нормативность поведения». Высокие показатели говорят о том, что человек всегда старается следовать общепринятым нормам. Ему свойственны такие качества, как целеустремленность и настойчивость в достижении цели. Низкие показатели свидетельствуют о следующих качествах респондента: безответственность, импульсивность, склонность к непостоянству, неорганизованность.

Н «робость – смелость». Высокие показатели по фактору свидетельствуют о таких качествах респондента, как способность быстро находить выход из сложной ситуации, активная жизненная позиция, готовность идти на риск. Низкие показатели отражают то, что человек имеет ряд качеств: чувствительность, осторожность, робость, пассивность.

І «жесткость – чувствительность» (харрия – премсия). При высоких

показателях человек эмоционально зависим от других людей, стремится к покровительству, чувствителен и раним. Низкие показатели свидетельствуют о том, что респондент самоуверен, практичен, в характере присутствует некоторая жесткость и чертвость.

L «доверчивость – подозрительность» (алаксия – протенсия). Высокие показатели по фактору свидетельствуют о следующих качествах респондента: подозрительность, высокая самооценка, завистливость и ревность. Низкие показатели отражают то, что человек очень доверчивый, доброжелательный, толерантный, откровенный.

M «практичность – развитое воображение» (паксерния – аутия). Высокие показатели свидетельствует о том, что у человека развито воображение, он интроверт, творческая личность. Низкие показатели отражают следующие качества респондента: практичность, добросовестность, педантичность, скрупулёзность, ориентация на внешнюю реальность.

N «прямолинейность – дипломатичность». При высоких показателях люди обладают рядом качеств: дипломатичность, расчетливость, пронизательностью и завышенной самооценкой. Низкие показатели свидетельствуют о том, что человек прямолинейный, эмоциональный, доверчивый, зависимый.

O «уверенность в себе – тревожность» (гипертимия – гипотимия). При высоких показателях испытуемый обладает такими качествами, как впечатлительность, депрессивность, тревожность, ранимость. Низких показатели отражают наличие у человека уверенности в себе, безмятежности, спокойствия, уравновешенности.

Q1 «консерватизм – радикализм» (ригидность – гибкость). Высокие показатели говорят о том, что испытуемый обладает следующими качествами: аналитический склад ума, уверенность в себе, наличие интеллектуальных интересов, умением быстро адаптироваться в новой ситуации. Низкие показатели свидетельствуют о том, человеку свойственны такие качества, как

консервативность, низкий уровень адаптации к новым условиям, стабильность, дисциплинированность, а также приверженность традициям.

Q2 «конформизм – нонконформизм». Высокие показатели свидетельствуют о том, что испытуемый обладает такими качествами, как независимость, самостоятельность, ответственность, находчивость. При низких показателях людей отличают следующие качества: зависимость от мнения других, зависимость, пассивность, готовность изменить свои решения под давлением других людей.

Q3 «низкий самоконтроль – высокий самоконтроль» (импульсивность – контроль желаний). Высокие показатели свидетельствуют о том, что испытуемый обладает такими качествами, как самоорганизация, развитый самоконтроль, точность выполнения социальных требований, умение доводить начатое дело до завершения, эмоциональная устойчивость. При низких показателях людям свойственны следующие качества: импульсивность, низкий уровень самоорганизации, низкая дисциплинированность, зависимость от настроений, эмоциональная несдержанность.

Q4 «расслабленность – напряженность». Высокие показатели свидетельствует о том, что испытуемый испытывает чувства усталости, напряженности, тревожности, беспокойства. При низких показателях по данному фактору человеку присущи такие характеристики, как вялость, расслабленность, невозмутимость, спокойствие.

МД «адекватность самооценки». Высокие показатели свидетельствуют о том, что у человека завышенная самооценка, большое самомнение. Низкие показатели отражают заниженную самооценку респондента.

Особенности деятельности муниципальной службы предполагают наличие у муниципальных служащих организаторских и коммуникативных способностей, так как они играют большую роль в эффективности их работы и тем самым оказывают влияние на формирование имиджа работника. С целью изучения организаторских и коммуникативных способностей в нашем

исследовании была использована методика КОС – 2 (Методика коммуникативных и организаторских склонностей). Данная методика предназначена для выявления коммуникативных и организаторских склонностей личности (умения четко и быстро устанавливать деловые и товарищеские контакты с людьми, стремления к расширению сферы контактов, участию в общественных и групповых мероприятиях, умения влиять на людей, стремления проявлять инициативу и т.д.). Методика состоит из 40 вопросов, на которые следует отвечать «Да» или «Нет».

Методы математической статистики, используемые в диссертационной работе: критерий Пирсона χ^2 (Хи-квадрат) – это непараметрический метод, который позволяет оценить значимость различий двух или нескольких относительных показателей (частот, долей). В данном варианте использования критерия Пирсона (метод хи-квадрат) мы сравниваем количество испытуемых в группе муниципальных служащих города, которые имеют выраженную характеристику изучаемого параметра, с количеством испытуемых, с выраженной характеристикой этого же параметра в группе муниципальных служащих села. Расчет критерия Пирсона ведется по формуле:

$$\chi^2 = \sum_{j=1}^k \frac{(f_{эj} - f_{тj})^2}{f_{тj}},$$

где $f_{эj}$ – эмпирическая частота по j -тому разряду признака; $f_{тj}$ – теоретическая частота ($f_{тj} = n/k$, где n – количество наблюдений; k – количество разрядов признака); j – порядковый номер разряда; k – количество разрядов признака. Большое значение при расчете критерия Пирсона имеет также определение числа степеней свобод, которое вычисляется по формуле: $\nu = k - 1$, где k – количество разрядов признака. Если $\nu = 1$, необходимо внести поправку на «непрерывность». После получения χ^2 обозначим данную величину как $\chi^2_{эмп}$. Далее по таблице критических значений критерия χ^2 определяем значения для найденного числа степеней свободы ν . Если $\chi^2_{эмп}$ меньше

критического значения, расхождения между распределениями статистически недостоверны. Если $\chi^2_{\text{эмп}}$ равно критическому значению или превышает его, расхождения между распределениями статистически достоверны. Для расчета критерия χ^2 вручную удобно использовать алгоритм расчета.

1. В первую очередь необходимо занести в таблицу наименования разрядов соответствующие им эмпирические частоты.
2. Затем рядом с каждой эмпирической частотой записать теоретическую частоту.
3. Подсчитать разности между эмпирической и теоретической частотой по каждому разряду (строке) и записать их в третий столбец.
4. Определить число степеней свободы. Внести поправку.
5. Возвести в квадрат полученные разности и занести их в четвертый столбец.
6. Разделить полученные квадраты разностей на теоретическую частоту и записать результаты в пятый столбец.
7. Просуммировать значения пятого столбца. Полученную сумму обозначить как $\chi^2_{\text{эмп}}$.
8. Определить по таблице критические значения χ^2 .

2.2 Анализ и интерпретация полученных результатов

С целью изучения особенностей характера, склонностей и интересов муниципальных служащих нами был использован 16-факторный личностный опросник Р. Кеттелла.

Приступим к анализу сопоставления результатов муниципальных служащих г. Пензы и муниципальных служащих Тамалинского района Пензенской области по данной методике. Данные по каждому испытуемому представлены в Приложении А.

Первый фактор, по которому сопоставлялись результаты диагностики – А

– «замкнутость – общительность». Высокие оценки по фактору характеризуют подавляющее большинство – 18 человек (90%) – муниципальных служащих города. Это свидетельствует о том, что им свойственен высокий уровень общительности. У большинства муниципальных служащих (85% – 17 ч.) села также выявлены высокие значения по данному фактору, то есть высокий уровень общительности. У 10% (2 ч.) муниципальных служащих города и у 15% (3 ч.) муниципальных служащих села получены средние значения. Это говорит о том, что для испытуемых характерен средний уровень общительности. Низкие оценки по данному фактору не выявлены. Особенности деятельности муниципальной службы предполагают наличие у муниципальных служащих высокого уровня общительности, так как это играет большую роль в эффективности их работы и тем самым оказывает влияние на формирование имиджа работника.

Представим полученные результаты по фактору А – «замкнутость – общительность» в таблице 1.

Таблица 1 – Результаты муниципальных служащих города и села по фактору А – «замкнутость – общительность»

Испытуемые	Фактор А – «замкнутость – общительность»		
	высокие значения	средние значения	низкие значения
Муниципальные служащие города (20 ч.)	18 ч. – 90%	2 ч. – 10%	–
Муниципальные служащие села (20 ч.)	17 ч. – 85%	3 ч. – 15%	–
Критерий Пирсона (χ^2)	0	–	–

В результате сопоставления полученных высоких значений по данному фактору в двух группах испытуемых с использованием критерия согласия Пирсона (χ^2) – статистически достоверных различий не выявлено ($\chi^2 = 0$ при χ^2

$\chi^2_{кр.}=2,71$). Это свидетельствует о том, что большинство муниципальных служащих как города, так и села обладает следующими качествами: общительность, добросердечность, доверчивость, добродушие, открытость, внимательность, непринужденность в поведении, при этом они с удовольствием работают с другими людьми, быстро откликаются на любые события.

Второй фактор, по которому сопоставлялись результаты диагностики – В – «интеллект». Высокие значения по фактору выявлены у 80% (16 ч.) муниципальных служащих города и у 75% (15 ч.) муниципальных служащих села. В результате сравнения полученных высоких значений в двух группах испытуемых с использованием критерия согласия Пирсона (χ^2) – статистически достоверных различий не выявлено ($\chi^2 = 0$ при $\chi^2_{кр.}=2,71$). Это свидетельствует о том, что для большинства муниципальных служащих как города, так и села характерны следующие качества: высокие общие мыслительные способности, широкие и разнообразные интеллектуальные интересы. Эти люди очень целеустремленные, настойчивые, образованные и интеллигентные. Представим полученные результаты по фактору – В – «интеллект» в таблице 2.

Таблица 2 – Результаты муниципальных служащих города и села по фактору В – «интеллект»

Испытуемые	Фактор В – «интеллект»		
	высокие значения	средние значения	низкие значения
Муниципальные служащие города (20 ч.)	16 ч. – 80%	4 ч. – 20%	–
Муниципальные служащие села (20 чел.)	15 ч. – 75%	5 ч. – 25%	–
Критерий Пирсона (χ^2)	0	–	–

У 20% (4 ч.) муниципальных служащих города и у 25% (5 ч.) муниципальных служащих района получены средние значения. Это говорит о том, что испытуемые наибольшую успешность достигают в решении практических задач, обладают высокой способностью к обучению. Низкие значения по данному фактору не выявлены.

Третий фактор, по которому сопоставлялись результаты – С – «эмоциональная неустойчивость – эмоциональная устойчивость». Высокие значения получены у 75% (15 ч.) муниципальных служащих города и у подавляющего большинства муниципальных служащих села (75% – 15ч.). В результате сравнения высоких показателей в двух выборках испытуемых с помощью критерия согласия Пирсона (χ^2) – статистически достоверных различий не выявлено ($\chi^2 = 0$ при $\chi^2_{кр.}=2,71$). Это говорит о том, что большинство муниципальных служащих города и села эмоционально зрелые люди, реалистически настроенные, работоспособные, выдержанные. Они характеризуются постоянством интересов и лучше способны следовать требованиям группы. Представим полученные результаты по фактору С – «эмоциональная неустойчивость – эмоциональная устойчивость» в таблице 3.

Таблица 3 – Результаты муниципальных служащих города и села по фактору С – «эмоциональная неустойчивость – эмоциональная устойчивость»

Испытуемые	Фактор С – «эмоциональная неустойчивость – эмоциональная устойчивость»		
	высокие значения	средние значения	низкие значения
Муниципальные служащие города (20 чел.)	15 ч. – 75%	5 ч. – 25%	–
Муниципальные служащие села (20 чел.)	15 ч. – 75%	5 ч. – 25%	–
Критерий Пирсона (χ^2)	0	–	–

У 25% (5 ч.) муниципальных служащих города и у 25% (5 ч.) муниципальных служащих района получены средние значения, которые характеризуют испытуемых как эмоционально менее устойчивых, чувствительных. Низкие оценки по данному фактору в обеих выборках не выявлены.

Четвертый фактор, по которому сопоставлялись результаты – Е – «подчиненность – доминантность». У подавляющего большинства – 19 человек (95%) – муниципальных служащих города выявлены высокие значения. Во второй выборке, представляющей муниципальных служащих села, лишь у 25% (5 ч.) испытуемых набраны высокие оценки. В результате сравнения высоких показателей в двух выборках обследуемых с помощью критерия согласия Пирсона (χ^2) были выявлены статистически достоверные различия ($\chi^2 = 7,04$ при $\chi^2_{кр.} = 6,64$, $p \leq 0,01$). Это свидетельствует о том, что личностные качества большинства муниципальных служащих города отличаются от качеств муниципальных служащих села.

Для обследуемых муниципальных служащих г. Пензы свойственны такие характеристики, как доминантность, независимость, властность, упрямство. В общении с людьми предпочитают авторитарный стиль.

А для большинства муниципальных служащих Тамалинского района характерны такие качества, как мягкость, тактичность, уступчивость, зависимость, услужливость, безропотность, готовность брать вину на себя, экспрессивность, склонность легко выходить из равновесия. Мы можем предположить, что полученные различия в личностных характеристиках муниципальных служащих города и села могут быть связаны с тем, что объём обращений граждан в городе больше, чем в селе.

Средние оценки по фактору выявлены у 5% (1 человек) муниципальных служащих города. Это свидетельствует о том, что испытуемый обладает умеренно выраженным лидерским потенциалом, имеет свою точку зрения.

Представим полученные результаты по фактору – Е – «подчиненность –

доминантность» в таблице 4.

Таблица 4 – Результаты муниципальных служащих города и села по фактору Е – «подчиненность – доминантность»

Испытуемые	Фактор Е – «подчиненность – доминантность»		
	высокие значения	средние значения	низкие значения
Муниципальные служащие города (20 ч.)	19 ч. – 95%	1 ч. – 5%	–
Муниципальные служащие села (20 ч.)	5 ч. – 25%	–	15 ч. – 75%
Критерий Пирсона (χ^2)	7,04	–	–

Пятый фактор, по которому сопоставлялись результаты – F – «сдержанность – экспрессивность». Высокие значения получены у 75% (15 ч.) муниципальных служащих города, а у подавляющего большинства муниципальных служащих села (70% – 14ч.) выявлены низкие оценки. В результате сравнения высоких показателей в двух выборках испытуемых с помощью критерия согласия Пирсона (χ^2) были выявлены статистически достоверные различия ($\chi^2 = 6,72$ при $\chi^2_{кр.} = 6,64$, $p \leq 0,01$). Исходя из этого, мы можем сделать вывод о том, что большинство муниципальных служащих города жизнерадостны, разговорчивы, подвижны, импульсивны, беспечны, веселы и энергичны. Социальные контакты для них эмоционально значимы. Они экспансивны, искренны в отношениях между людьми. А муниципальные служащие села в большем количестве обладают следующими характеристиками: благоразумие, надежность, рассудительность, осторожность, молчаливость. Им присущи такие качества, как склонность все усложнять, некоторая озабоченность, пессимистичность в восприятии действительности. Представим полученные результаты по фактору – F – «сдержанность – экспрессивность» в таблице 5.

Таблица 5 – Результаты муниципальных служащих города и села по фактору F – «сдержанность – экспрессивность»

Испытуемые	Фактор F– «сдержанность – экспрессивность»		
	высокие значения	средние значения	низкие значения
Муниципальные служащие города (20 ч.)	15 ч. – 75%	2 ч. – 10%	3ч. –15%
Муниципальные служащие села (20 ч.)	3 ч. – 15%	3ч. – 15%	14 ч. – 70%
Критерий Пирсона (χ^2)	6,72	–	–

Средние значения выявлены у 15% (3 человека) муниципальных служащих района и у 10% (2 ч.) муниципальных служащих города. Это говорит о том, что испытуемые обладают такими качествами, как осторожность, молчаливость, серьезность.

Шестой фактор, по которому сопоставлялись результаты – G – «подверженность чувствам - высокая нормативность поведения». Высокие значения получены у 80% (16 ч.) муниципальных служащих города и у подавляющего большинства муниципальных служащих села (80%-16ч.). В результате сравнения высоких показателей в двух выборках испытуемых с помощью критерия согласия Пирсона (χ^2) – статистически достоверных различий не выявлено ($\chi^2 = 0$ при $\chi^2_{кр.}=2,71$). Это говорит о том, что большинству муниципальных служащих города и села характерны такие качества, как точность, ответственность, настойчивость в достижении цели, деловая направленность, а также осознанное соблюдение норм и правил поведения.

Представим полученные результаты по фактору – G – «подверженность чувствам – высокая нормативность поведения» в таблице 6.

Таблица 6 – Результаты муниципальных служащих города и села по фактору G – «подверженность чувствам – высокая нормативность поведения»

Испытуемые	Фактор G – «подверженность чувствам – высокая нормативность поведения»		
	высокие значения	средние значения	низкие значения
Муниципальные служащие города (20 ч.)	16 ч. – 80%	4 ч. – 20%	–
Муниципальные служащие села (20 ч.)	16 ч. – 80%	4 ч. – 20%	–
Критерий Пирсона (χ^2)	0	–	–

У 20% (4 ч.) муниципальных служащих города и у 20% (4 ч.) муниципальных служащих села получены средние значения. Это говорит о том, что испытуемые обладают следующими характеристиками: обязательность, ответственность. Низкие оценки по данному фактору в обеих выборках не выявлены.

Седьмой фактор, по которому сопоставлялись результаты – Н – «робость – смелость». У 95% (19ч.) муниципальных служащих города и у 65% (13 ч.) обследуемых муниципальных служащих села выявлены высокие значения. В результате сравнения высоких показателей в двух выборках испытуемых с помощью критерия согласия Пирсона (χ^2) - статистически достоверных различий не выявлено ($\chi^2 = 0,78$ при $\chi^2_{кр.}=2,71$). Это говорит о том, что для большинства муниципальных служащих города и села характерны одни и те же личностные характеристики по данному фактору. Им свойственна социальная смелость, активность, готовность иметь дело с неизвестными обстоятельствами и людьми.

Представим полученные результаты по фактору Н – «робость – смелость» в таблице 7.

Таблица 7 – Результаты муниципальных служащих города и села по фактору Н – «робость – смелость»

Испытуемые	Фактор Н – «робость – смелость»		
	высокие значения	средние значения	низкие значения
Муниципальные служащие города (20 ч.)	19 ч. – 95%	1ч. – 5%	–
Муниципальные служащие села (20 ч.)	13 ч. – 65%	7 ч. – 35%	–
Критерий Пирсона (χ^2)	0,78	–	–

Средние показатели получили 35% (7 человек) муниципальных служащих района и 5% (1 человек) муниципальных служащих города. Это свидетельствует о том, что испытуемые обладают следующими качествами: сдержанность, неуверенность, спонтанность.

Восьмой фактор, по которому сопоставлялись результаты – I – «жесткость – чувствительность». У 30% (6 ч.) муниципальных служащих города и у трети выборки (30% – 6 ч.), представляющей муниципальных служащих села, получены высокие значения. В результате сравнения высоких показателей в двух выборках испытуемых с помощью критерия согласия Пирсона (χ^2) – статистически достоверных различий не выявлено ($\chi^2 = 0$ при $\chi^2_{кр.} = 2,71$). Это говорит о том, что муниципальным служащим города и села характерны следующие качества: мягкость, склонность к романтизму, устойчивость, стремление к покровительству, артистичность натуры, зависимость.

Представим полученные результаты по фактору – I – «жесткость – чувствительность» в таблице 8.

Таблица 8 – Результаты муниципальных служащих города и села по фактору I – «жесткость – чувствительность»

Испытуемые	Фактор I – «жесткость – чувствительность»		
	высокие значения	средние значения	низкие значения
Муниципальные служащие города (20 ч.)	6 ч. – 30%	3 ч. – 15%	11ч. – 55%
Муниципальные служащие села (20 ч.)	6 ч. – 30%	3 ч. – 15%	11ч. – 55%
Критерий Пирсона (χ^2)	0	–	–

У половины обследуемых муниципальных служащих города (55% – 11 ч.) и у 55% (11ч.) муниципальных служащих села выявлены низкие значения. Это свидетельствует о том, что испытуемые в обеих группах обладают такими качествами, как самоуверенность, рассудочность, мужественность, реалистичность суждений, практичность, некоторая жесткость, суровость, черствость по отношению к окружающим людям. У 15% (3 ч.) муниципальных служащих г. Пензы и у 15% (3 ч.) муниципальных служащих Тамалинского района получены средние значения. Исходя из этого, мы можем охарактеризовать испытуемых как сильных и независимых личностей, способных брать на себя ответственность, полагаться на себя.

Девятый фактор, по которому сопоставлялись результаты – L – «доверчивость – подозрительность». У подавляющего большинства (90% – 18 ч.) муниципальных служащих города выявлены высокие показатели. И лишь 25% (5 ч.) муниципальных служащих района получили высокие оценки. В результате сравнения высоких показателей в двух выборках испытуемых с помощью критерия согласия Пирсона (χ^2) были получены статистически достоверные различия ($\chi^2 = 6,26$ при $\chi^2_{кр.} = 3,84$, $p \leq 0,05$). Это свидетельствует о том, что большинство муниципальных служащих г. Пензы подозрительны,

эгоцентричны, им характерно высокое самомнение. А для большинства муниципальных служащих Тамалинского района характерны такие качества, как доверчивость, откровенность, благожелательность по отношению к другим людям, терпимость.

Представим полученные результаты по фактору – L – «доверчивость – подозрительность» в таблице 9.

Таблица 9 – Результаты муниципальных города и села по фактору L – «доверчивость – подозрительность»

Испытуемые	Фактор L – «доверчивость – подозрительность»		
	высокие значения	средние значения	низкие значения
Муниципальные служащие города (20 ч.)	18 ч. – 90%	1 ч. – 5%	1ч. – 5%
Муниципальные служащие села (20 ч.)	5 ч. – 25%	8 ч. – 40%	7ч. – 35%
Критерий Пирсона (χ^2)	6,26	–	–

Мы можем предположить, что полученные различия в характеристиках могут быть связаны с тем, что муниципальные служащие села более приближены к обычным гражданам. Так как количество населения в селе меньше, чем в городе, муниципальные служащие знают каждого человека, его особенности, знают, что можно ожидать от него, чем ему можно помочь. Поэтому они менее подозрительны, нежели муниципальные служащие города. Средние значения выявлены у 40% (8 ч.) муниципальных служащих района и у 5% (1 ч.) муниципальных служащих города. Это свидетельствует о том, что испытуемые относятся к другим людям доброжелательно, но без особой доверчивости.

Десятый фактор, по которому сопоставлялись результаты – M – «практичность – развитое воображение». Высокие значения по фактору не

были выявлены. У большинства (55% – 11 ч.) муниципальных служащих города и у 55% (11 ч.) обследуемых муниципальных служащих района получены низкие оценки по данной шкале. Представим полученные результаты по фактору – М – «практичность – развитое воображение» в таблице 10.

Таблица 10 – Результаты муниципальных служащих города и села по фактору М – «практичность – развитое воображение»

Испытуемые	Фактор М – «практичность - развитое воображение»		
	высокие значения	средние значения	низкие значения
Муниципальные служащие города (20 ч.)	–	9 ч. – 45%	11ч.–55%
Муниципальные служащие села (20 ч.)	–	9 ч. – 45%	11ч.–55%
Критерий Пирсона (χ^2)	–	–	–

Это свидетельствует о том, что испытуемые в обеих выборках добросовестны, практичны. Они ориентированы на внешнюю реальность и следуют общепринятым нормам, им свойственна некоторая ограниченность и чрезмерная внимательность к мелочам.

45% (9 ч.) муниципальных служащих г. Пензы и 45% (9 ч.) муниципальных служащих Тамалинского района получили средние оценки по фактору. Это говорит о том, что в характере обследуемых муниципальных служащих присутствуют такие качества, как высокий творческий потенциал, развитое воображение, практичность. Таким образом, по данному фактору у муниципальных служащих города и села различий в психологических характеристиках не выявлено.

Одиннадцатый фактор, по которому сопоставлялись результаты – N – «прямолинейность – дипломатичность». У подавляющего большинства (95% - 19 ч.) муниципальных служащих города выявлены высокие показатели. В

группе, представляющей муниципальных служащих села, лишь у 30% (6ч.) испытуемых получены высокие оценки. Представим полученные результаты по фактору – N – «прямолинейность – дипломатичность» в таблице 11.

Таблица 11 – Результаты муниципальных служащих города и села по фактору N – «прямолинейность – дипломатичность»

Испытуемые	Фактор N – «прямолинейность – дипломатичность»		
	высокие значения	средние значения	низкие значения
Муниципальные служащие города (20 ч.)	19ч. – 95%	1 ч. – 5%	–
Муниципальные служащие села (20 ч.)	6ч. – 30%	14 ч. – 70%	–
Критерий Пирсона (χ^2)	5,76	–	–

В результате сравнения высоких показателей в двух выборках испытуемых с помощью критерия согласия Пирсона (χ^2) были получены статистически достоверные различия ($\chi^2 = 5,76$ при $\chi^2_{кр.} = 3,85$, $p \leq 0,05$). Это свидетельствует о том, что для муниципальных служащих города в большей степени характерны такие качества, как расчетливость, проницательность и завышенная самооценка, они достаточно критичны и несколько скептически. А у большинства муниципальных служащих села (70% – 14 ч.) выявлены средние значения. Это говорит о том, что они прямолинейные, проницательные, бесхитростные, естественные. Низкие оценки по данному фактору не выявлены.

Двенадцатый фактор, по которому сопоставлялись результаты – O – «уверенность в себе – тревожность». Высокие значения по фактору не выявлены. У большинства (55% -11 ч.) муниципальных служащих города и лишь у 20% (4 ч.) муниципальных служащих села получены низкие значения. Представим полученные результаты по фактору – O – «уверенность в себе –

тревожность» в таблице 12.

Таблица 12 – Результаты муниципальных служащих города и села по фактору О – «уверенность в себе – тревожность»

Испытуемые	Фактор О – «уверенность в себе – тревожность»		
	высокие значения	средние значения	низкие значения
Муниципальные служащие города (20 ч.)	–	9 ч. – 45%	11 ч. – 55%
Муниципальные служащие села (20 ч.)	–	16 ч. – 80%	4 ч. – 20%
Критерий Пирсона (χ^2)	–	–	2,4

В результате сравнения низких показателей в двух выборках испытуемых с помощью критерия согласия Пирсона (χ^2) – статистически достоверные различия не выявлены ($\chi^2 = 2,4$ при $\chi^2_{кр.} = 2,71$). Это свидетельствует о том, что муниципальные служащие города и муниципальные служащие села уверены в себе, безмятежны, спокойны, хладнокровны. Они безразличны к замечаниям и порицаниям. Они понимают, что соответствуют предъявляемым им требованиям в профессиональной сфере и со стороны других людей.

Средние значения выявлены у 80% (16 человек) муниципальных служащих Тамалинского района и у 45% (9 человек) муниципальных служащих г. Пензы. Это говорит о том, что испытуемые обладают следующим рядом качеств: безмятежность, доверчивость, спокойствие.

Тринадцатый фактор, по которому сопоставлялись результаты – Q1 – «консерватизм – радикализм». Высокие значения по фактору выявлены у 25% (5 ч.) муниципальных служащих Тамалинского района и у 25% (5 ч.) муниципальных служащих г. Пензы. В результате сравнения высоких показателей в двух выборках испытуемых с помощью критерия согласия Пирсона (χ^2) – статистически достоверные различия не выявлены ($\chi^2 = 0$ при $\chi^2_{кр.} = 3,84$).

$\chi^2_{кр.} = 2,71$). Это свидетельствует о том, что муниципальные служащие города и села характеризуются наличием интеллектуальных интересов, стремятся быть хорошо информированными. Имеют способность к экспериментированию, любят, когда эксперимент несет в себе что-то новое и необычное. Представим полученные результаты по фактору – Q1 – «консерватизм – радикализм» в таблице 13.

Таблица 13 – Результаты муниципальных служащих города и села по фактору Q1 – «консерватизм – радикализм»

Испытуемые	Фактор Q1 – «консерватизм – радикализм»		
	высокие значения	средние значения	низкие значения
Муниципальные служащие города (20 ч.)	5 ч. – 25%	3 ч. – 15%	12 ч. – 60%
Муниципальные служащие села (20 ч.)	5 ч. – 25%	3 ч. – 15%	12 ч. – 60%
Критерий Пирсона (χ^2)	0	–	–

Низкие значения по фактору характеризуют подавляющее большинство (60% – 12 ч.) муниципальных служащих города и 60% (12 ч.) муниципальных служащих села. Это говорит о том, что испытуемые в обеих группах в большинстве 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.

Средние оценки получили 15% (3 ч.) муниципальных служащих села и 15% (3 ч.) муниципальных служащих города. Это говорит о том, что испытуемые обладают рядом качеств: принципиальность, находчивость, самостоятельность, терпимость к традиционным трудностям.

Четырнадцатый фактор, по которому сопоставлялись результаты – Q2 –

«конформизм – нонконформизм». Высокие значения по фактору выявлены у 55% (11 ч.) муниципальных служащих города и у 50% (10 ч.) муниципальных служащих села. В результате сравнения высоких показателей в двух выборках испытуемых с помощью критерия согласия Пирсона (χ^2) – статистически достоверные различия не выявлены ($\chi^2 = 0$ при $\chi^2_{кр.} = 2,71$). Это свидетельствует о том, что большинство муниципальных служащих города и села 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.

Средние оценки по фактору получили 45% (9 ч.) обследуемых муниципальных служащих г. Пензы и 55% (11 человек) муниципальных служащих Тамалинского района. Это говорит о том, что испытуемые предприимчивые, стремятся получить одобрение со стороны окружающих людей.

Представим полученные результаты по фактору – Q2 – «конформизм – нонконформизм» в таблице 14.

Таблица 14 – Результаты муниципальных служащих города и села по фактору Q2 – «конформизм – нонконформизм»

Испытуемые	Фактор Q2 – «конформизм – нонконформизм»		
	высокие значения	средние значения	низкие значения
Муниципальные служащие города (20 чел.)	11 ч. – 55%	9 ч. – 45%	–
Муниципальные служащие района (20 чел.)	10 ч. – 50%	11 ч. – 55%	–
Критерий Пирсона (χ^2)	0	–	–

Таким образом, по данному фактору у муниципальных служащих города и села различий в психологических характеристиках не выявлено.

Пятнадцатый фактор, по которому сопоставлялись результаты – Q3 – «низкий самоконтроль – высокий самоконтроль». Высокие показатели были выявлены у 100% муниципальных служащих города и села. Это свидетельствует о том, что испытуемые обладают такими качествами, высокий уровень самоорганизации, развитый самоконтроль, точность выполнения социальных требований, умение доводить начатое дело до конца, эмоциональная устойчивость. Муниципальные служащие города и села четко осознают социальные требования и стараются исправно их выполнять, заботятся о своей репутации, о впечатлении, которое производят своим поведением. Таким образом, по данному фактору у муниципальных служащих города и села различий в психологических характеристиках не выявлено.

Представим полученные результаты по фактору – Q3 – «низкий самоконтроль – высокий самоконтроль» в таблице 15.

Таблица 15 – Результаты муниципальных служащих города и села по фактору Q3 – «низкий самоконтроль – высокий самоконтроль»

Испытуемые	Фактор Q3 – «низкий самоконтроль - высокий самоконтроль»		
	высокие значения	средние значения	низкие значения
Муниципальные служащие города (20 ч.)	20 ч. – 100%	—	-
Муниципальные служащие села (20 ч.)	20 ч. – 100%	—	—
Критерий Пирсона (χ^2)	0	—	—

Шестнадцатый фактор, по которому сопоставлялись результаты – Q4 – «расслабленность – напряженность». У подавляющего большинства – 17

человек (85%) – муниципальных служащих города выявлены высокие значения. Это свидетельствует о том, что они 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, раздражительность и нетерпимость. Высокие оценки в выборке, представляющей муниципальных служащих села, выявлены лишь у 15% (3 ч.) обследуемых. В результате сравнения высоких показателей в двух выборках испытуемых с помощью критерия согласия Пирсона (χ^2) были выявлены статистически достоверные различия ($\chi^2 = 8,45$ при $\chi^2_{кр.} = 6,64$, $p \leq 0,01$). Это свидетельствует о том, что большинству муниципальных служащих села не характерна напряженность. Они наоборот чувствуют расслабленность, уравновешенность, готовность к активной работе.

Представим полученные результаты по фактору – Q4 – «расслабленность – напряженность» в таблице 16.

Таблица 16 – Результаты муниципальных служащих города и села по фактору Q4 – «расслабленность – напряженность»

Испытуемые	Фактор Q4 – «расслабленность – напряженность»		
	высокие значения	средние значения	низкие значения
Муниципальные служащие города (20 ч.)	17 ч. – 85%	3 ч. – 15%	–
Муниципальные служащие села (20 ч.)	3 ч. – 15%	17 ч. – 85%	–
Критерий Пирсона (χ^2)	8,45	–	–

Низкие значения в данных выборках не выявлены. Средние оценки по фактору получили 15% (3 ч.) муниципальных служащих города и 85% (17 ч.) муниципальных служащих села. Это говорит о том, что испытуемые объективно воспринимают происходящие события и окружающих людей, в

непривычных ситуациях испытывают тревогу и беспокойство.

По фактору MD – «адекватность самооценки» получены следующие данные: у 15% (3 ч.) обследуемых муниципальных служащих г. Пензы и у 10% (2 ч.) муниципальных служащих Тамалинского района выявлены высокие значения. Это свидетельствует о том, что для испытуемых характерно высокое самомнение, переоценка своих возможностей. Средние оценки по фактору были получены у 85% муниципальных служащих г. Пензы и у 90% муниципальных служащих Тамалинского района. Это говорит о том, что для испытуемых характерна адекватная самооценка, зрелость. Низкие показатели не выявлены.

Таким образом, в результате сопоставления результатов муниципальных служащих г. Пензы и муниципальных служащих Тамалинского района нами было выявлено следующее: по фактору E – «подчиненность – доминантность» получены статистически достоверные различия ($\chi^2 = 7,04$ при $\chi^2_{кр.} = 6,64$, $p \leq 0,01$). Это свидетельствует о том, что обследуемые муниципальные служащие города доминантны, самоуверенны, властны, упрямы, независимы в своих суждениях. В конфликтных ситуациях всегда отстаивают свою точку зрения, настаивают на своем.

А для обследуемых муниципальных служащих села в большем количестве характерны такие качества, как подчиненность, мягкость, услужливость, тактичность, уступчивость, зависимость, безропотность, готовность брать вину на себя, экспрессивность, склонность легко выходить из равновесия.

По фактору F – «сдержанность – экспрессивность» также были получены достоверные различия ($\chi^2 = 6,72$ при $\chi^2_{кр.} = 6,64$, $p \leq 0,01$). Это говорит о том, что для испытуемых из 1 выборки, представляющей муниципальных служащих г. Пензы, характерны экспрессивность, жизнерадостность, подвижность, импульсивность, энергичность, эмоциональность, искренность. Для муниципальных служащих села в большем количестве характерны следующие

качества: сдержанность, благоразумие, рассудительность, осторожность, молчаливость, склонность все усложнять, некоторая озабоченность, пессимистичность в восприятии действительности.

По фактору L – «доверчивость – подозрительность» также получены достоверные различия ($\chi^2 = 6,26$ при $\chi^2_{кр.} = 3,84$, $p \leq 0,05$). Это свидетельствует о том, что муниципальные служащие города в большей степени, нежели муниципальные служащие района, подозрительны, эгоцентричны, им характерно высокое самомнение, они осторожны в своих поступках.

По фактору N – «прямолинейность – дипломатичность» были получены достоверные различия ($\chi^2 = 5,76$ при $\chi^2_{кр.} = 3,84$, $p \leq 0,05$). Это говорит о том, что муниципальные служащие города в большем количестве обладают такими качествами, как дипломатичность, расчетливость, проницательность, эмоциональная выдержанность, умение находить выход из сложных ситуаций. Для муниципальных служащих характерны следующие качества: прямолинейность, естественность, эмоциональность, естественность, спонтанность.

По фактору Q4 – «расслабленность – напряженность» также получены достоверные различия ($\chi^2 = 8,45$ при $\chi^2_{кр.} = 6,64$, $p \leq 0,01$). Это свидетельствует о том, что для муниципальных служащих г. Пензы в большем количестве характерны напряженность, взвинченность, фрустрированность, наличие беспокойства и возбуждения. Муниципальным служащим села характерны такие качества, как расслабленность, уравновешенность, готовность к активной работе.

По фактору MD – «адекватность самооценки» для большинства муниципальных служащих города и села (90% – 38 ч.) характерна адекватная самооценка, это свидетельствует о зрелости личности. У 10% (2 ч.) испытуемых выявлена завышенная самооценка, то есть они часто переоценивают свои возможности, слишком самоуверенны.

Особенности профессиональной деятельности муниципальной службы

предполагает наличие у сотрудников высокого уровня коммуникативных и организаторских склонностей, так как это обусловлено характером административной и управленческой деятельности и влияет на эффективность их работы. Для изучения уровня коммуникативных и организаторских склонностей муниципальных служащих города и села использовалась методика КОС-2 (Методика коммуникативных и организаторских склонностей). Данные муниципальных служащих города и села по каждому испытуемому представлены в Приложении Б.

Приступим к анализу сопоставления результатов муниципальных служащих города и села по коммуникативным склонностям.

Высокий уровень коммуникативных склонностей выявлен у подавляющего большинства муниципальных служащих г. Пензы и у 55% (11 ч.) муниципальных служащих Тамалинского района. Это говорит о том, что испытуемые не теряются в новой обстановке, быстро находят друзей, постоянно стремятся расширить круг своих знакомых.

Очень высокий уровень коммуникативных склонностей выявлен у 20% (4 ч.) муниципальных служащих села и у 15% (3 ч.) муниципальных служащих города. Это свидетельствует о том, что испытуемые испытывают постоянную потребность в коммуникативной и организаторской деятельности. Для них характерна быстрая ориентация в трудных ситуациях, непринуждённость поведения в новом коллективе.

Средний уровень коммуникативных склонностей выявлен у 15% муниципальных служащих г. Пензы и у 30% муниципальных служащих Тамалинского района. Это свидетельствует о том, что испытуемые стремятся к контактам с людьми, не ограничивают круг своих знакомых, отстаивают своё мнение, однако «потенциал» этих склонностей не отличается высокой устойчивостью. Результаты сопоставления результатов муниципальных служащих города и села по коммуникативным склонностям представлены в таблице 17.

Таблица 17 – Коммуникативные склонности муниципальных служащих в сопоставлении

Испытуемые	Уровень коммуникативных склонностей		
	очень высокий	высокий	средний
Муниципальные служащие города (20 ч.)	4 ч. – 20%	13 ч. – 65%	3ч. – 15%
Муниципальные служащие села (20 ч.)	3 ч. – 15%	11 ч. – 55%	6ч. – 30%
Критерий Пирсона (χ^2)	0	0	–

В результате сравнения количества испытуемых в группе муниципальных служащих города, которые имеют высокий уровень коммуникативных склонностей, с количеством испытуемых с высоким уровнем коммуникативных склонностей, представляющих муниципальных служащих села, – статистически достоверные различия не выявлены ($\chi^2 = 0$ при $\chi^2_{кр.} = 2,71$). Это говорит о том, что количество испытуемых с высоким уровнем коммуникативных склонностей в обеих выборках одинаковое. Муниципальным служащим города и села присущи такие качества, как умение четко и быстро устанавливать деловые и товарищеские контакты, умение грамотно, корректно, доброжелательно общаться с собеседником, стремление расширить круг знакомств.

Приступим к анализу сопоставления результатов муниципальных служащих города и села по организаторским склонностям.

Высокий уровень организаторских склонностей выявлен у 55% (11 ч.) муниципальных служащих города и у 50% (10 ч.) муниципальных служащих села. Это свидетельствует о том, что испытуемые с удовольствием принимают участие в организации общественных мероприятий, быстро ориентируются в трудных ситуациях и принимают самостоятельное решение. Они инициативны и деятельны в решении коллективных задач.

Очень высокий уровень организаторских склонностей выявлен у 25% (5

ч.) муниципальных служащих города и у 20% (4 ч.) муниципальных служащих села. Это говорит о том, что для испытуемых характерна быстрая ориентация в трудных ситуациях, непринуждённость поведения в новом коллективе. Они любят организовывать людей, настойчивы в деятельности, которая их привлекает.

Средний уровень организаторских склонностей выявлен у 20% (4 ч.) муниципальных служащих г. Пензы и у 30% (6 ч.) муниципальных служащих Тамалинского района. Это свидетельствует о том, что испытуемые имеют достаточный организаторский потенциал, могут других убедить в своей правоте, имеют определенные задатки управленца. Результаты сопоставления результатов муниципальных служащих города и села по организаторским склонностям представлены в таблице 18.

Таблица 18 – Организаторские склонности муниципальных служащих в сопоставлении

Испытуемые	Уровень организаторских склонностей		
	очень высокий	высокий	средний
Муниципальные служащие города (20 ч.)	5 ч. – 25%	11 ч. – 55%	4 ч. – 20%
Муниципальные служащие села (20 ч.)	4 ч. – 20%	10 ч. – 50%	6 ч. – 30%
Критерий Пирсона (χ^2)	–	0	–

В результате сравнения количества испытуемых в группе муниципальных служащих города, которые имеют высокий уровень организаторских склонностей, с количеством испытуемых с высоким уровнем организаторских склонностей, представляющих муниципальных служащих села, – статистически достоверные различия не выявлены ($\chi^2 = 0$ при $\chi^2_{кр.} = 2,71$). Это говорит о том, что количество испытуемых с высоким уровнем организаторских склонностей в обеих выборках одинаковое. Муниципальным служащим города присущи

лидерские качества, умение организовывать себя и людей, способность принимать самостоятельное решение в трудной ситуации, высокоразвитое самообладание, умение контролировать и рефлексировать.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в результате сопоставления высоких показателей по методике 16-факторный личностный опросник у испытуемых были выявлены различия в личностных характеристиках. Муниципальные служащие города в большем количестве обладают следующими качествами: доминантность, экспрессивность, подозрительность, дипломатичность, напряженность. А для муниципальных служащих села в большем количестве характерны такие качества, как подчиненность, сдержанность, доверчивость, прямолинейность, расслабленность.

В результате сопоставления результатов муниципальных служащих города и села по методике КОС-2 (Методика коммуникативных и организаторских склонностей) было выявлено, что количество испытуемых с высоким уровнем коммуникативных и организаторских склонностей в обеих выборках одинаковое. Это говорит о том, что муниципальные служащие города и села обладают следующими качествами: умение четко и быстро устанавливать деловые и дружеские контакты, инициативность, находчивость, умение организовывать себя и других людей.

Исходя из того, что профессиональный запрос на профессиональные качества муниципальных служащих больше обращен на организаторские и коммуникативные способности, мы делаем вывод о том, что различия в личностных характеристиках муниципальных служащих города и села не влияют на успешность их деятельности.

Таким образом, наша гипотеза, в которой было выдвинуто предположение о существовании различий в психологических имиджевых характеристиках муниципальных служащих города и села, подтвердилась. То есть были получены различия в личностных характеристиках: муниципальные

служащие города самоуверенны, властны, импульсивны, энергичны; расчетливы и проницательны; при наличии напряженности, взвинченности, беспокойства и возбуждения. Тогда как муниципальные служащие села мягкие, тактичные, уступчивые; доверчивые и открытые; эмоционально устойчивые.

2.3 Рекомендации по формированию положительного имиджа

По результатам проведенного исследования муниципальным служащим были предложены рекомендации по формированию положительного имиджа.

1. В первую очередь муниципальному служащему необходимо определить для себя цель создания имиджа и представить «идеальный образ». Чаще всего основная цель формирования привлекательного имиджа заключается в том, чтобы создать благожелательные и доверительные отношения с населением.

2. Определить предпочтения, требования, ожидания, которые, по мнению целевой аудитории (населения), должны быть присущи муниципальным служащим.

3. Помнить о том, что социально-психологическое восприятие личности муниципального служащего происходит следующим образом: население сравнивает качества и характеристики муниципального служащего с образом «идеального» лидера. Если представления совпадают, муниципальный служащий должен быть воспринят населением как «один из нас». В результате представители населения ощущают эмоциональную связь со служащим, и у них формируется положительное, доверительное отношение к нему.

4. Немаловажным для муниципального служащего является его представление о самом себе. Каждый человек должен знать свои сильные стороны, уметь подать себя. Но не менее значимым является знание о своих слабых сторонах, недостатках. Главное, снизить уровень негативных (отрицательных) черт характера. Это будет способствовать улучшению имиджа

муниципального служащего в глазах других людей, а именно населения и коллег.

5. Также необходимо выделить у себя наличие качеств, которые играют положительную роль в формировании «идеального образа», затем проанализировать качества, которые негативно влияют на собственный имидж, и в заключении выделить качества, которыми не обладаете, но они необходимы для формирования привлекательного имиджа.

6. Важно учитывать, что имидж муниципального служащего зависит от степени совпадения мнений сотрудников местной власти и граждан по актуальным вопросам. Если муниципальные служащие не замечают и не решают волнующие население проблемы, то это негативно сказывается на их имидже.

7. Следует учитывать, что имидж муниципальных служащих также формируется на основе их прямого контакта с представителями населения. Внешний облик – первый шаг к успеху. Следует помнить о том, что первое впечатление о человеке обычно формируется в течение 30 – 90 секунд и надолго остается неизменным. Причем на 54% впечатление о человеке создается на основе того, как человек выглядит (визуальный имидж). Поэтому муниципальным служащим необходимо соответствовать своей должности не только знаниями своих служебных компетенций, но и следовать официальному внешнему виду. Официальная одежда может служить кодом, свидетельствующим о степени надежности и респектабельности, так как муниципальный служащий является «лицом» органов местного самоуправления. И если он выглядит «ненадлежащим образом», то это наносит ущерб его репутации.

Таким образом, муниципальным служащим необходимо уделять особое внимание своей внешности (стилю одежды, аксессуарам и др.), особенностям речи, манере держаться. И не стоит забывать о том, что внешне привлекательные люди вызывают больше положительных чувств и эмоций.

8. Для того чтобы сформировать доброжелательное и доверительное отношение населения, муниципальным служащим необходимо обладать следующими характеристиками: открытость, доступность, компетентность, социальная ответственность, законность, честность, доверие, отзывчивость.

Открытость. Представителям населения очень важно, чтобы сотрудник местных органов власти выслушал их, посодействовал в разрешении возникшего вопроса. Открытость является обратной связью населения с муниципальным служащим.

Эффективные коммуникации. Особенности деятельности муниципальной службы предполагают наличие у муниципальных служащих организаторских и коммуникативных способностей, так как они играют большую роль в эффективности их работы и тем самым оказывают влияние на формирование имиджа работника. Благодаря вежливому и доброжелательному отношению, внимательности и готовности помочь населению, муниципальные служащие будут повышать свой авторитет.

Окружение. Если рядом с муниципальным служащим находятся достойные, хорошо известные и узнаваемые личности, то положительное отношение к ним переносится и на самого лидера.

9. Следующим этапом является конструктивное использование критики. Муниципальные служащие должны уметь принимать замечания, критику в свой адрес. Следует понять, какие мотивы стоят за критикой, и стоит ли их вообще принимать во внимание.

10. Важную роль в формировании имиджа муниципальных служащих играют средства массовой информации. От правдивости информации от СМИ, зависит, какой имидж муниципального служащего формируется в глазах общественности.

Таким образом, по данным исследования и по результатам математической обработки мы сделали вывод о том, что между психологическими имиджевыми характеристиками муниципальных служащих

г. Пензы и муниципальных служащих Тамалинского района существуют различия.

Различия заключаются в следующем: по фактору Е – «подчиненность – доминантность» получены статистически достоверные различия ($\chi^2 = 7,04$ при $\chi^2_{кр.} = 6,64$, $p \leq 0,01$). Муниципальные служащие города доминантны, самоуверенны, властны, упрямы до агрессивности, независимы в суждениях и поведении. А муниципальным служащим района в большем количестве характерны такие качества, как подчиненность, мягкость, тактичность, уступчивость, зависимость, готовность брать вину на себя, экспрессивность.

По фактору F – «сдержанность – экспрессивность» также были получены достоверные различия ($\chi^2 = 6,72$ при $\chi^2_{кр.} = 6,64$, $p \leq 0,01$). Муниципальным служащим г. Пензы характерны экспрессивность, жизнерадостность, подвижность, импульсивность, энергичность, эмоциональность, динамичность общения. Тогда как для муниципальных служащих Тамалинского района в большем количестве присущи следующие качества: сдержанность, благоразумие, рассудительность, осторожность, молчаливость, склонность все усложнять, некоторая озабоченность, пессимистичность в восприятии действительности.

По фактору L – «доверчивость – подозрительность» также получены достоверные различия ($\chi^2 = 6,26$ при $\chi^2_{кр.} = 3,84$, $p \leq 0,05$). Это свидетельствует о том, что муниципальные служащие города в большей степени, нежели муниципальные служащие района, подозрительны, эгоцентричны, им характерно высокое самомнение, они осторожны в своих поступках. Муниципальные служащие села в большем количестве доверчивы, терпимы, откровенны, благожелательны по отношению к другим людям.

По фактору N – «прямолинейность – дипломатичность» были получены достоверные различия ($\chi^2 = 5,76$ при $\chi^2_{кр.} = 3,84$, $p \leq 0,05$). Это говорит о том, что муниципальные служащие города в большем количестве обладают такими качествами, как расчетливость, проницательность, эмоциональная

выдержанность, умение находить выход из сложных ситуаций, дипломатичность в общении. Тогда как муниципальные служащие села прямолинейные, эмоциональные, естественные, спонтанные.

По фактору Q4 – «расслабленность – напряженность» также получены достоверные различия ($\chi^2=8,45$ при $\chi^2_{кр.}=6,64$, $p \leq 0,01$). Это свидетельствует о том, что для муниципальных служащих г. Пензы в большем количестве характерны напряженность, взвинченность, усталость, фрустрированность, наличии беспокойства и возбуждения. А для муниципальных служащих следующие качества: расслабленность, уравновешенность, готовность к активной деятельности.

В результате сопоставления результатов муниципальных служащих города и села по методике КОС-2 (Методика коммуникативных и организаторских склонностей) было выявлено, что количество испытуемых с высоким уровнем коммуникативных и организаторских склонностей в обеих выборках одинаковое. Это говорит о том, что муниципальные служащие города и села обладают следующими качествами: умение четко и быстро устанавливать деловые и дружеские контакты, инициативность, находчивость, умение организовывать себя и других людей. Таким образом, наша гипотеза, в которой было выдвинуто предположение о существовании различий в психологических имиджевых характеристиках муниципальных служащих города и села, подтвердилась. Были получены различия в личностных характеристиках:

- муниципальные служащие города самоуверенны, властны, импульсивны, энергичны; расчетливы и проницательны; при наличии напряженности, взвинченности, беспокойства и возбуждения;

- муниципальные служащие села мягкие, тактичные, уступчивые; доверчивые и открытые; эмоционально устойчивые.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной работе был осуществлен теоретический анализ отечественной и зарубежной литературы, посвященной проблеме изучения психологической составляющей имиджа. В данной диссертационной работе под определением «имидж» понимается сложившийся в сознании людей образ, стереотип, набор определенных качеств, которые ассоциируются с отдельной личностью.

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. Особенности социально-психологического плана имиджа госслужащего состоят в грамотной обратной связи, взаимодействии с людьми, стремлением по мере своих возможностей помочь и понять каждого отдельно, как и весь социум в целом.

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.

В практической части было проведено исследование, в ходе которого выявлялись психологические характеристики имиджа муниципальных служащих города и села. Достоверность и обоснованность результатов исследования обеспечивалась теоретической аргументацией и апробацией методик на этапах исследования; репрезентативностью выборки; строгой логикой проведения исследования в соответствии с целями, задачами

осуществляемой работы; количественным и качественным анализом полученных данных, а также математической обработкой результатов исследования.

В ходе проведенного эмпирического исследования была доказана выдвинутая гипотеза о том, что существуют различия в психологических имиджевых характеристиках муниципальных служащих города и села. То есть были получены различия в личностных характеристиках: муниципальные служащие города самоуверенны, властны, импульсивны, энергичны; расчетливы и проницательны; при наличии напряженности, взвинченности, беспокойства и возбуждения. Тогда как муниципальные служащие села мягкие, тактичные, уступчивые; доверчивые и открытые; эмоционально устойчивые.

Исследование показало следующие различия в личностных характеристиках имиджа муниципальных служащих: муниципальные служащие города в большем количестве обладают следующими качествами: доминантность, экспрессивность, подозрительность, дипломатичность, напряженность. А для муниципальных служащих села в большем количестве характерны такие качества, как подчиненность, сдержанность, доверчивость, прямолинейность, расслабленность.

В результате сопоставления результатов муниципальных служащих города и села по методике КОС-2 (Методика коммуникативных и организаторских склонностей) было выявлено, что количество испытуемых с высоким уровнем коммуникативных и организаторских склонностей в обеих выборках одинаковое. Это говорит о том, что муниципальные служащие города и села обладают следующими качествами: умение четко и быстро устанавливать деловые и дружеские контакты, инициативность, находчивость, умение организовывать себя и других людей.

Исходя из того, что профессиональный запрос на профессиональные качества муниципальных служащих больше обращен на организаторские и коммуникативные способности, мы делаем вывод о том, что различия в

личностных характеристиках муниципальных служащих города и села не влияют на успешность их деятельности.

Полученные данные и предложенные рекомендации по формированию имиджа муниципального служащего позволят муниципальным служащим лучше справляться с задачей формирования благоприятного образа для населения, а так же они могут использоваться в практической деятельности психологов по формированию положительного имиджа у данной категории работников.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Андреева, Г. М. Психология социального познания [Текст] : учеб. пособие для студентов высших учебных заведений / Г. М. Андреева. – М.: Аспект Пресс, 2013. – 288 с.
2. Архипова, Л.И. Имидж муниципальных органов власти как инструмент манипулирования [Текст] / Л.И. Архипова. – Казань: Инновационно – издательский дом «Бутлеровское наследие», 2016. – 364 с.
3. Бодалев, А. А. Имиджелогия – это серьезно [Текст] / А. А. Бодалев // Психология общения: социокультурный анализ: материалы международной конференции. – Ростов-на-Дону, 2013. – С. 31 – 34.
4. Берд, П. Тактика совершенствования Вашего имиджа [Текст] / Полли Берд; пер. с англ. Т.А. Сивакова. – Минск: Амалфея, 2014. – 208 с.
5. Березкина, О.П. Политический имидж в современной политической культуре [Текст] : автореф. дис. ... канд. политических наук: 23.00.03 / Березкина Ольга Павловна. – СПб: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2014. – 39 с.
6. Березкина, О.П. Слуги народа. Имидж и идеология [Текст] / О.П. Березкина. – М.: Альфа-Лаб, 2018. – 248 с.
7. Галумов, Э.А. Имидж [Текст] / Э.А. Галумов. – М.: Изд-во «Известия», 2015. – 552 с.
8. Гуревич, П.С. Приключения имиджа: типология телевизионного образа и парадоксы его восприятия [Текст] / П.С. Гуревич. – М.: Искусство, 2014. – 219 с.
9. Горчакова, В.Г. Имиджелогия: теория и практика [Текст]: учеб. пособие / В. Г. Горчакова. – М.: Юнити, 2015. – 335 с.
10. Девис, Ф., Ваш абсолютный имидж [Текст]: Книга для политиков, бизнесменов, мужчин и женщин / Ф. Девис. – М.: Олма-Пресс, 2017. – 320 с.
11. Деркач, А.А. Имидж как феномен интерсубъектного

взаимодействия: содержание и пути развития [Текст] / А.А. Деркач. – М.: Эксмо, 2016. – 564 с.

12. Дурачёнкова, И.А. Смысловые характеристики формирования имиджа муниципальных служащих [Текст] / И.А. Дурачёнкова // Психолого-педагогические аспекты самоорганизации личности в процессе образования / V международная научно-практическая конференция. – Пенза: Приволжский Дом знаний, 2019. – Вып. 5. – С. 26-29.

13. Дурачёнкова, И.А. Имидж муниципальных служащих [Электронный ресурс] / И.А. Дурачёнкова // Современные инструменты, методы и технологии управления знаниями. – №2. – 2019. – URL : <https://fortus-science.ru/index.php/KM/article/view/170>

14. Дурачёнкова, И.А. Имидж муниципальных служащих [Текст] / И.А. Дурачёнкова // Гуманитарные науки. Современное состояние и перспективы развития: сборник статей VI международной студенческой научно-практической конференции. – Екатеринбург: Издательство «ИМПРУВ», 2017. – С. 252 – 256

15. Зотов, В.Б. Муниципальное управление [Текст] : учебн. пособие для вузов / В.Б. Зотов, З.М. Макашева. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. – 279 с.

16. Калюжный, А.А. Педагогическая имиджелогия [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов / А.А. Калюжный. – Алматы: Научно-издательский центр «Гылым», 2014. – 200 с.

17. Катлип, С. М. Паблик рилейшнз: Теория и практика [Текст] : учеб. пособие: пер. с англ. / С.М. Катлип. – М.: Вильямс, 2015. – 624 с.

18. Коханенко, А. И. Имидж рекламных персонажей [Текст] / А.И. Коханенко. – Ростов-на-Дону: Издат. центр «МарТ», 2014. – 143 с.

19. Кошмаров, А. Ю. Репутация политического лидера в социальных коммуникациях [Текст] : автореф. дис. ... канд. псих. наук: 19.00.05 / Кошмаров Алексей Юрьевич. – М., 2012. – 34 с.

20. Криксунова, И. Создай свой имидж [Текст] / И. Криксунова. – СПб:

Питер, 2015. – 168 с.

21. Кузин, Ф.А. Имидж бизнесмена [Текст] : практическое пособие / Ф.А. Кузин. – М.: Изд-во Ось, 2016. – 304 с.

22. Кузин, Ф.А. Современный имидж делового человека, бизнесмена, политика [Текст] / Ф.А. Кузин. – М.: Ось-89, 2012. – 512 с.

23. Лебединова, Ю.К. Имидж как фактор эффективности профессиональной деятельности государственных служащих РФ [Текст] : дис. ... канд. псих. наук : 19.00.13: защищена 25.06.2011: утв. 11.12.2011 / Лебединова Юлия Кирилловна. – Санкт-Петербург, 2011. – 168 с.

24. Немчинов, А.А. Справочное пособие: муниципальная служба [Текст]: / А.А. Немчинов, А.М. Володин. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2015. – 384 с.

25. Нефедова, И., Я и мой имидж [Текст] / И. Нефедова, Е. Власова. – М.: Яуза Эксмо-пресс, 2005. – 207 с.

26. Панасюк, А.Ю. Вам нужен имиджмейкер? Или о том, как создавать свой имидж [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов / А.Ю. Панасюк. – М.: Дело, 2017. – 240 с.

27. Перелыгина, Е.Б. Проблематика психологии имиджа как аспект дополнительного образования психологов и маркетологов [Текст] : сборник трудов по проблемам дополнительного профессионального образования / Е.Б. Перелыгина. – М. : МАПДО, ИП госслужбы, 2015. – 24 с.

28. Перелыгина, Е.Б, Политическая имиджелогия [Текст]: учеб. пособие / Е.Б. Перелыгина. – М.: Аспект Пресс, 2016. – 400 с.

29. Почепцов, Г.Г. Имиджелогия [Текст] : учеб. пособие / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук, Ваклер, 2015. – 704 с.

30. Смирнов, С.Д. Психология образа [Текст] : учеб. пособие / С.Д. Смирнов. – М.: Эксмо. 2013. – 265 с.

31. Фадеева, Е.И. Тайны имиджа [Текст]: учебно-методическое пособие / Е.И. Фадеева. – М.: ЦГЛ «РОН», 2014. – 128 с.

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Результаты муниципальных служащих города и села по методике «16-факторный личностный опросник Р. Кеттелла»

Таблица А.1 – Результаты первичных «сырых» оценок муниципальных служащих города по методике «16-факторный личностный опросник Р. Кеттелла»

№ исп.	Факторы																
	A	B	C	E	F	G	H	I	L	M	N	O	Q1	Q2	Q3	Q4	MD
1.	8	4	10	10	8	9	10	4	1	5	10	3	3	10	10	9	6
2.	11	9	10	10	9	10	10	10	10	5	10	2	2	10	10	11	5
3.	11	9	10	10	7	9	10	5	10	6	5	1	2	11	10	12	7
4.	11	10	10	10	8	10	10	4	12	5	10	3	2	4	10	11	5
5.	10	11	6	10	7	6	10	10	10	6	8	3	4	11	10	12	5
6.	8	9	11	10	8	9	11	4	10	6	10	2	3	11	10	7	6
7.	11	10	6	9	5	7	11	10	3	6	10	3	3	5	10	11	10
8.	10	11	11	9	8	9	12	4	11	5	10	3	10	10	9	9	6
9.	10	10	11	9	8	9	6	5	12	5	8	1	10	11	9	10	7
10.	11	9	10	5	9	10	10	7	11	4	10	3	10	4	9	7	6
11.	10	10	10	10	2	10	10	4	10	1	8	2	10	11	10	11	7
12.	12	10	10	10	8	10	10	10	11	2	12	6	10	12	10	12	7
13.	11	11	10	10	9	6	10	3	7	3	12	4	8	5	10	10	76
14.	12	4	10	10	5	10	10	4	10	4	11	4	3	10	10	9	7
15.	10	10	11	10	8	12	12	10	10	4	9	4	3	10	10	11	7
16.	12	9	7	10	9	6	11	7	12	3	10	5	8	4	10	7	5
17.	10	11	10	9	3	10	10	5	10	4	9	4	3	6	9	11	6
18.	10	11	7	9	9	6	10	4	10	4	8	5	2	5	10	9	7
19.	11	10	11	9	9	7	10	10	10	3	10	4	1	5	9	9	7
20.	10	9	8	9	9	10	10	7	12	4	10	6	3	4	9	11	7

Таблица А. 2 – Результаты первичных «сырых» оценок муниципальных служащих села по методике «16-факторный личностный опросник Р. Кеттелла»

№ исп.	Факторы																
	A	B	C	E	F	G	H	I	L	M	N	O	Q1	Q2	Q3	Q4	MD
1	8	9	10	10	7	9	10	4	2	5	10	1	3	10	10	9	5
2	11	4	10	10	1	10	10	10	1	6	10	2	2	10	9	11	5
3	11	10	10	3	2	9	6	7	10	5	5	4	2	11	10	12	6
4	11	4	10	10	8	10	10	4	1	6	10	1	11	4	10	6	7
5	10	9	6	10	2	6	10	10	10	6	4	3	8	11	9	5	5
6	8	10	11	10	1	9	7	4	10	5	10	5	3	6	9	7	7
7	11	10	7	4	5	7	11	10	2	6	10	5	3	5	10	11	6
8	10	11	11	3	4	9	12	4	11	6	10	3	10	10	10	7	5
9	10	4	11	4	3	9	6	5	12	5	5	5	10	11	9	5	5
10	11	10	11	5	2	10	10	7	3	4	10	4	1	4	10	6	6
11	10	8	10	3	2	10	10	4	4	1	5	4	10	11	10	7	5
12	12	4	10	5	3	10	10	10	3	2	12	6	10	12	10	4	6
13	11	10	7	3	3	6	6	3	4	1	12	4	8	5	10	5	10
14	12	9	10	4	5	9	10	4	3	4	11	4	3	10	9	5	6
15	10	4	10	10	3	10	12	10	3	4	4	6	3	10	9	6	5
16	12	9	11	10	4	9	6	4	2	2	10	4	7	4	9	7	6
17	10	10	7	10	3	9	10	5	10	1	5	4	3	6	9	5	6
18	10	11	10	9	4	7	6	7	10	3	6	6	2	5	10	7	5
19	11	10	8	9	5	9	7	10	1	4	10	4	1	5	10	7	7
20	10	9	11	9	7	9	10	4	2	4	10	6	3	4	9	5	7

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Результаты муниципальных служащих города и села по методике КОС-2 (Методика коммуникативных и организаторских склонностей)

Таблица Б. 1 – Результаты диагностики муниципальных служащих города по методике КОС-2

№ испытуемого	Оценка коммуникативных склонностей	Оценка организаторских склонностей
1.	4	3
2.	3	5
3.	5	3
4.	4	5
5.	5	4
6.	5	4
7.	4	4
8.	4	3
9.	4	4
10.	3	4
11.	4	4
12.	4	5
13.	4	4
14.	5	4
15.	4	5
16.	4	4
17.	4	4
18.	3	5
19.	4	3
20.	4	4
Ср.	4,1	4,4

Таблица Б. 2 – Результаты диагностики муниципальных служащих села по методике КОС-2

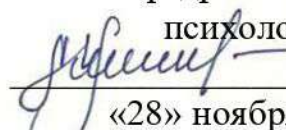
№ испытуемого	Оценка коммуникативных склонностей	Оценка организаторских склонностей
1.	4	3
2.	3	3
3.	5	3
4.	4	5
5.	5	4
6.	5	4
7.	4	4
8.	4	3
9.	3	4
10.	4	4
11.	3	3
12.	4	5
13.	4	4
14.	3	4
15.	4	5
16.	3	3
17.	4	4
18.	4	5
19.	3	4
20.	4	4
Ср.	3,9	3,9

ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА «ПЕДАГОГИКА И ПСИХОЛОГИЯ»

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой «Педагогика и
психология»

 М.А. Лыгина

«28» ноября 2018 г.

ЗАДАНИЕ

на выполнение магистерской диссертации

студент Дурачёнкова Ирина Андреевна

Направление подготовки 44.04.01 «Педагогическое образование»

Магистерская программа «Педагогика и психология воспитания»

Тема магистерской диссертации: «Психологические характеристики имиджа муниципальных служащих города и села»

утверждена приказом № 1091/о от 28.11.2018 г.

Срок предоставления завершённой работы «06» июня 2020 г.

Перечень подлежащих разработке вопросов:

- Обзор различных подходов к пониманию имиджа в зарубежной и отечественной психологии;
- Психологический контекст имиджа;
- Имидж муниципального служащего;
- Эмпирическое исследование психологических характеристик имиджа муниципальных служащих;
- Разработка рекомендаций муниципальным служащим по формированию имиджа.

Перечень графического материала: презентация, работа записана на диске

Дата выдачи задания «28» ноября 2018 года.

Руководитель



к.пс.н., доцент Питанова М.Е.

Задание принял к исполнению



Дурачёнкова И.А.

ОТЗЫВ

на магистерскую диссертацию **Дурачёнковой Ирины Андреевны**
на тему:

**«Психологические характеристики имиджа муниципальных служащих
города и села»**

Кафедра: педагогика и психология

Институт (факультет): факультет педагогики, психологии и социальных наук

Направление подготовки: 44.04.01 – «Педагогическое образование»

Программа: «Педагогика и психология воспитания» (очная форма обучения)

Тема магистерской диссертации актуальна в психолого-педагогической науке и практике. Главное назначение имиджа и репутации – это достичь эффекта личной привлекательности. Муниципальному служащему уметь произвести приятное впечатление и расположить к себе людей. Поэтому так важно не только знать, что такое имидж, но и при необходимости быть способным его изменить. Специфика деятельности муниципального служащего предъявляет весьма серьезные требования к внешнему облику. Одна из важнейших задач муниципального служащего – научиться оставлять о себе хорошее впечатление, научиться формировать собственный имидж. Имидж муниципального служащего должен вызывать благожелательное отношение к нему широких слоев населения.

За период обучения в магистратуре Дурачёнкова И.А. овладела теорией и методикой проведения научных исследований, проявила интерес к научной и исследовательской деятельности. Принимала участие в научно-практических конференциях, результаты исследований публиковала в сборниках статей по итогам конференций.

Дурачёнкова И.А. ответственно отнеслась к заданию на выполнение магистерской диссертации. В процессе выполнения задания проявила трудолюбие и усердие.

В работе над эмпирическим исследованием продемонстрировала умение по обоснованному выбору методик, адекватных проблеме исследования.

Магистерская диссертация Дурачёнковой И.А. соответствует требованиям, предъявляемым к таким работам, а ее автор заслуживает присвоения степени магистра.

Научный руководитель:

к.пс.н., доцент,

доцент кафедры «Педагогика и психология»



М. Е. Питанова

РЕЦЕНЗИЯ

на магистерскую диссертацию
Дураченковой Ирины Андреевны
на тему:

«ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИМИДЖА МУНИЦИПАЛЬНЫХ СЛУЖАЩИХ ГОРОДА И СЕЛА»

Кафедра: Педагогика и психология

Институт (факультет): педагогики, психологии и социальных наук

Направление подготовки: 44.04.01 – «Педагогическое образование»

Программа: «Педагогика и психология воспитания» (очная форма обучения)

Актуальность, значимость темы в теоретическом и практическом плане обусловлена постоянно возрастающим интересом к имиджу как социально-психологическому феномену. Рост интереса психологов к имиджу закономерен: бурное развитие таких сфер социальной практики, как реклама, паблик рилейшнз, коммуникационный менеджмент, требует научного обоснования природы, закономерностей формирования и функционирования имиджа как феномена, оказывающего влияние на сознание и поведение субъекта и групп. Правильный подход к формированию личного имиджа является залогом успеха многих мероприятий. Имидж – это сложившийся в сознании людей образ, стереотип, набор определённых качеств, которые ассоциируются с отдельной личностью. К этому понятию очень близко понятие репутация. В данной диссертационной работе рассмотрен имидж муниципального служащего города и села. Одна из важнейших задач муниципального служащего – научиться оставлять о себе хорошее впечатление, научиться формировать собственный имидж.

Краткая характеристика структуры диссертации. Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы, приложений.

Во введении представлена аппаратная часть работы: проблема исследования, цель, объект, предмет, гипотеза, задачи, методы исследования. Представлены теоретическая и практическая значимость работы, положения, выносимые на защиту.

В первой главе «Теоретический анализ проблемы психологических характеристик имиджа муниципальных служащих» проведён анализ современных взглядов ученых на проблему исследования.

Во второй главе «Эмпирическое исследование психологических характеристик имиджа муниципальных служащих» представлены результаты констатирующего эксперимента, проведено сопоставление в целях выделения особенностей личностных характеристик имиджа муниципальных служащих города и села.

В заключении диссертации обобщены результаты исследования.

Достоинствами диссертации является то, что она представляет самостоятельный и завершённый продукт, в котором рассматриваются актуальные вопросы, связанные с изучением личностных особенностей имиджа муниципального служащего.

В целом работа свидетельствует о способности автора работы излагать теоретические данные и полученные эмпирические результаты, что может рассматриваться как определённая степень сформированности профессиональных и научно-исследовательских компетенций, соответствующих степени магистра педагогики.

Новизна полученных результатов проявляется в том, что в диссертации на репрезентативной выборке показана психологическая составляющая такого социально-психологического феномена, как имидж муниципальных служащих.

Недостатки диссертации:

В работе не представлен вариант психолого-педагогического сопровождения молодых муниципальных служащих, позволяющий сформировать оптимальный для профессиональной деятельности имидж.

Магистерская диссертация Дураченковой И.А. является завершённым самостоятельным исследованием, соответствует всем требованиям, предъявляемым к выпускным квалификационным работам. Дураченкова И.А. заслуживает присвоения степени «магистр» по направлению «Педагогическое образование».

Рецензент:

Доктор педагогический наук, доцент,
заведующий кафедрой иностранных
языков ФГКВОУ ВО «Военная
академия материально-технического
обеспечения имени генерала армии
А.В. Хрулева» Министерства
обороны Российской Федерации
(филиал, г. Пенза)



Варникова
Ольга Васильевна

Дата: «15» июня 2020 г.

Людмила В.В. Варникова заверено
Начальник отдела кадров



Васильев