

УДК 32.019.51

ЗНАЧИМОСТЬ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ГОССЛУЖАЩЕГО В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Макарова Т.П.,

Студент 4 курса направления государственная и муниципальная служба

КФ РАНХиГС

Калуга, Россия

Бобырев Д.Б.,

к.э.н., доцент

КФ РАНХиГС

Калуга, Россия

Аннотация. В условиях современного российского общества формирование позитивного имиджа государственного служащего приобретает особую актуальность, что обусловлено наблюдаемым кризисом доверия к институтам власти. В статье рассматривается природа имиджа как комплексного явления, включающего профессиональные компетенции, личностные характеристики и коммуникативные элементы. На основе данных социологических исследований выявлены системные проблемы восприятия чиновников населением, среди которых доминируют ассоциации с коррупцией и бюрократизмом. В работе предложены практические стратегии улучшения имиджа, базирующиеся на повышении профессионализма, внедрении этических стандартов и усилении прозрачности деятельности органов власти.

Ключевые слова: имидж государственного служащего, доверие к власти, профессионализм чиновников, коммуникативные технологии, общественное мнение, этические стандарты, государственное управление, репутация органов власти.

***THE IMPORTANCE OF FORMING THE IMAGE OF A CIVIL SERVANT IN
MODERN RUSSIA***

Makarova T.P.,

4th year student in the field of public and municipal service

CF RANHiGS

Kaluga, Russia

Bobyrev D.B.

Candidate of Economics, Associate Professor

CF RANHiGS

Kaluga, Russia

Abstract. In the conditions of modern Russian society, the formation of a positive image of a civil servant is becoming particularly relevant, due to the observed crisis of trust in government institutions. The article examines the nature of image as a complex phenomenon, including professional competencies, personal characteristics and communicative elements. Based on the data of sociological research, systemic problems of public perception of officials have been identified, among which associations with corruption and bureaucracy dominate. The paper suggests practical strategies for image improvement based on improving professionalism, implementing ethical standards, and enhancing transparency in government activities.

Keywords: image of a civil servant, trust in government, professionalism of officials, communication technologies, public opinion, ethical standards, public administration, reputation of authorities

В условиях современного российского общества, где институты государственной власти постоянно подвергаются критическому осмыслению, а порой и серьезным испытаниям на прочность общественного доверия, вопрос формирования позитивного имиджа государственного служащего приобретает особую, подчас определяющую, значимость. Наблюдаемый кризис доверия,

который, к сожалению, нередко усугубляется резонансными коррупционными скандалами, проявлениями излишнего бюрократизма и недостаточной прозрачностью в деятельности многих органов власти, настоятельно требует кардинального переосмысления устоявшихся подходов к формированию общественного мнения о чиновничьем корпусе.

Имидж государственного служащего, таким образом, перестает быть лишь поверхностной «картинкой» или внешним фасадом; он трансформируется в один из ключевых факторов, оказывающих непосредственное влияние на общую эффективность государственного управления, а также на устойчивость и стабильность всего общества. Предметом настоящего исследования является всестороннее рассмотрение значимости формирования имиджа госслужащего в современной России, анализ многообразных факторов, детерминирующих его становление, и, что не менее важно, предложение практических инструментов, способствующих его целенаправленному улучшению.

Имидж государственного служащего представляет собой сложное, многоаспектное явление, которое можно трактовать как совокупность устойчивых представлений и мнений, сформировавшихся у различных сегментов общественности, включая граждан, коллег по профессиональной деятельности, представителей средств массовой информации, экспертного сообщества и иных заинтересованных сторон. Эти представления возникают на основе комплексной оценки внешнего облика, поведенческих паттернов, профессиональных компетенций, результативности служебной деятельности и, безусловно, морально-этических принципов, демонстрируемых государственным служащим. По сути, имидж выступает в роли своеобразного зеркала, отражающего общественное восприятие чиновника, являясь его «визитной карточкой» в глазах населения. Здесь важно провести четкое разграничение между понятиями «имидж» и «репутация».

Имидж, как правило, характеризуется как внешний образ, который может создаваться как целенаправленно, посредством определенных усилий, так и

формироваться стихийно, под влиянием различных обстоятельств. Репутация же, напротив, представляет собой более фундаментальную и устойчивую характеристику, базирующуюся на длительном опыте взаимодействия с конкретным государственным служащим или тем органом власти, интересы которого он представляет.

В структуре имиджа государственного служащего традиционно выделяют несколько взаимосвязанных компонентов. Профессиональный компонент охватывает такие аспекты, как компетентность, накопленный опыт, объем знаний и специфические навыки, абсолютно необходимые для результативного исполнения служебных обязанностей. Личностный компонент, в свою очередь, отражает морально-нравственные качества, систему ценностей, индивидуальный стиль поведения и, конечно, коммуникативные способности государственного служащего.

Визуальная составляющая, надо отметить, охватывает внешность, стиль в одежде, манеру держаться на публике – всё то, что определяет первичное восприятие. Исследователь А.А. Коско, анализируя разные трактовки понятия имиджа, обоснованно подчёркивает: имидж складывается из наблюдаемых элементов вроде поведенческих паттернов и физической презентабельности, тогда как образ представляет собой более широкую характеристику персоны, которая варьируется в зависимости от исторического контекста и принадлежности к той или иной социальной страте [3, с. 208].

Что касается формирования имиджа государственного служащего, здесь возможны два пути – органический и целенаправленный. Органический имидж выстраивается, по сути, через прямое взаимодействие чиновника с гражданами и в процессе ежедневной коммуникации с коллегами по службе.

Искусственный имидж, напротив, является результатом целенаправленной работы, включающей рекламные кампании и разнообразные PR-акции. Современные исследователи сходятся во мнении, что имидж государственного служащего представляет собой важнейший элемент работы

государственного механизма в целом, напрямую воздействующий на результативность его деятельности. Столь высокая значимость имиджа объясняется тем, что любой чиновник воспринимается гражданами как персонификация власти. Именно через оценку конкретного служащего у населения складывается отношение – позитивное или, наоборот, критическое – к проводимому политическому курсу государства.

В эпоху информатизации, которую мы переживаем сегодня, информация приобретает всё более значительную роль, процессы её циркуляции и обработки ускоряются, а воздействие публичных рейтингов и настроений общества на различные области жизни усиливается. Необходимость глубокого анализа имиджа госслужащих диктуется тем обстоятельством, что в настоящий момент он, к сожалению, нередко воспринимается населением преимущественно негативно. Стоит отметить, что подобное восприятие формируется не только объективными причинами, но и под влиянием медийных стереотипов.

Сложившийся образ чиновника способен, в конечном счёте, либо настроить граждан на конструктивное взаимодействие с властными структурами, либо, напротив, вызвать отторжение и нежелание обращаться в государственные учреждения. Данные установки одновременно служат факторами, влияющими на становление управленческой культуры всего чиновничества, а равно и на характер системы госуправления в целом.

Центральными характеристиками деятельности государственного служащего, как известно, выступают профессионализм и компетентность. Эти качества нашли прямое закрепление в федеральном законе «О государственной гражданской службе РФ», где они упоминаются наравне с принципами, задающими социальную направленность государственной службы [1].

Следует подчеркнуть, что образ государственного служащего складывается из трёх взаимодополняющих компонентов: персональных, социальных и символических характеристик. Персональный компонент

включает физические данные и психологические свойства индивида, его темперамент, личностный тип, а также индивидуальную манеру принимать управленческие решения. Социальные характеристики, надо заметить, тесно связаны с актуальной общественно-политической ситуацией, что предполагает способность чиновника оперативно откликаться на запросы времени и адаптироваться к изменяющимся условиям. Символический аспект, в свою очередь, соотносится с культурой управленческой деятельности и устойчивыми поведенческими моделями личности.

Т.М. Рябова, опираясь на системный подход в своём анализе, трактует формирование имиджа госслужащего как интеграцию нескольких факторов: личностных качеств работника, его профессиональной компетенции, внешних атрибутов – одежды, манеры общения, умения вести переговоры, – а также репутации того государственного органа, интересы которого он представляет [4, с. 171]. Примечательно, что данный подход позволяет увидеть многоуровневую природу имиджа.

Е.В. Портнягина и А.В. Фортуняк, делая акцент на коммуникативной функции, отмечают первостепенное значение взаимодействия чиновника с разнообразными слоями общества, бизнес-структурами и представителями общественных объединений [2, с. 76]. Согласно их позиции, у населения образ государственного служащего должен вызывать устойчивые ассоциации с надёжностью, честностью и готовностью к диалогу.

В.Г. Зазыкин, И.П. Кузьмин и В.М. Шепель интерпретируют имидж как «закрепившийся в массовом сознании и обладающий стереотипными чертами эмоционально насыщенный образ какого-либо объекта или субъекта» [5]. Е.В. Егорова-Гантман, со своей стороны, делает упор на символическую составляющую образа: «Имидж представляет собой образ, который систематически воспроизводится самим субъектом и каналами коммуникации: совокупность черт и качеств лидера, объединяющих политические, идеологические, этические, психологические, биографические и внешние

характеристики, которые находят отклик в предпочтениях электората» [6, с. 15]. Важно отметить, что подобная трактовка расширяет понимание имиджа за пределы простой визуальной составляющей.

В идеальной ситуации образ государственного служащего конструируется с ориентацией на актуальные общественные запросы и вызовы современности, стремясь соответствовать ожиданиям социума и духу времени. На практике, впрочем, нередко выясняется, что конкретный служащий не располагает всем набором качеств и характеристик, которые аудитория предполагает в нём увидеть. Здесь важно подчеркнуть определённый парадокс: имидж чиновника, складывающийся в общественном сознании, находится в прямой зависимости от того, как граждане воспринимают сам орган власти, где данный служащий осуществляет свою профессиональную деятельность, и одновременно влияет на это восприятие. Иными словами, возникает своеобразная обратная связь между индивидуальным и корпоративным образами. Таким образом, коллективный имидж ведомства и персональный образ отдельного работника оказываются тесно переплетены и взаимно детерминированы, что создаёт сложную систему взаимовлияния. Данное обстоятельство, надо заметить, усложняет процесс целенаправленного формирования позитивного имиджа, поскольку требует работы одновременно на нескольких уровнях восприятия.

К сожалению, современное состояние имиджа государственных служащих в России характеризуется целым рядом системных проблем и вызовов, требующих внимательного рассмотрения. Одной из наиболее острых, надо признать, остаётся проблема низкого уровня доверия граждан к институтам государственной власти, что обусловлено комплексом взаимосвязанных факторов – среди них коррупционные проявления, бюрократизация процедур и зачастую невысокое качество предоставления государственных услуг населению. Недостаточное внимание к вопросам профессионального развития чиновников, как показывает практика, приводит к снижению их мотивационной составляющей и актуальности имеющихся знаний

и компетенций. Это, в свою очередь, требует создания благоприятных условий для непрерывного обучения и внедрения действенных программ повышения квалификации управленческих кадров.

Изменение общественных ожиданий и требований к госслужащим, происходящее под влиянием трансформации социально-экономической среды, актуализирует потребность в постоянной адаптации к новым условиям деятельности и освоении современных профессиональных компетенций. Влияние средств массовой информации на формирование общественного мнения также играет далеко не последнюю роль в этом процессе, поскольку именно под их воздействием у населения нередко складывается преимущественно негативный образ государственных служащих, что затрудняет конструктивный диалог власти и общества. Тем не менее, следует отметить и некоторые положительные тенденции: в России проводятся тренинги и семинары по этике, разрабатываются этические кодексы в различных организациях и популяризируются положительные практики служебной деятельности.

Формирование благоприятного имиджа государственного служащего, если рассматривать его детально, представляет собой комплексный многоступенчатый процесс, требующий опоры на результаты серьёзных аналитических исследований и учёта общественного мнения относительно того, какими характеристиками должен обладать идеальный чиновник. Результативность данного процесса, надо сказать, во многом определяется слаженностью действий всех его участников: общество должно демонстрировать готовность давать взвешенные оценки имиджу госслужащих; сами чиновники – проявлять заинтересованность в создании собственного позитивного образа в массовом сознании граждан; средства массовой информации же призваны выступать своего рода посредником, а отнюдь не барьером в коммуникации между властными структурами и населением. Из сказанного выше становится очевидным, что в процессе конструирования

положительного образа государственных служащих участвуют три основных субъекта: непосредственно чиновники, общественность и медиасфера.

Е.В. Портнягина и А.В. Фортуняк справедливо подчёркивают, что «вся профессиональная деятельность работника административного аппарата выстраивается на коммуникациях, взаимодействии с общественностью, представителями коммерческих структур и гражданских инициатив, с руководителями исполнительных органов власти и депутатами» [2, с. 81]. Опираясь на данный тезис, ряд исследователей приходит к выводу, что образ государственного служащего в массовом сознании должен прочно связываться с честностью, ответственностью и открытостью к диалогу. Этический «портрет» чиновника, формируемый через коммуникативный потенциал средств массовой информации, призван отражать реальные условия жизни граждан и включать такие характеристики, как лояльность по отношению к интересам общества, профессиональная компетентность и нравственные ориентиры.

В нынешних условиях для создания позитивного образа государственного гражданского служащего необходимо, как представляется, активное применение инновационных коммуникационных технологий. Следование принципам организации коммуникативного пространства, что важно подчеркнуть, способствует повышению эффективности коммуникационных процессов и превращается в существенный компонент разнообразных направлений коммуникативной практики организации. Справедливо заметить, однако, что такой подход требует не только внедрения технологических решений, но и концептуального переосмысления самой природы взаимодействия между властными структурами и обществом.

К сожалению, приходится признать, что реальный образ государственного служащего в нашей стране на сегодняшний день у значительной части населения ассоциируется преимущественно с негативными явлениями, среди которых коррупционные практики, недостаточный уровень профессионализма, слабость контрольных механизмов, отсутствие адекватных санкций за

нарушение прав граждан, ощущение безнаказанности чиновников, высокая степень криминализации и невысокая результативность служебной деятельности. Реалии функционирования государственной службы в современных условиях нередко, надо отметить, дискредитируют саму систему публичного управления. Эти негативные проявления в совокупности с закрытостью аппарата по отношению к широким слоям населения и формированием обособленной касты «чиновничества» способствуют укреплению устойчивого отрицательного отношения со стороны общественности. Стоит подчеркнуть, что подобное восприятие формируется не на пустом месте, а является, в известной степени, рефлексией на реально существующие проблемы в системе государственной службы, что усугубляет ситуацию и затрудняет процесс трансформации имиджа.

Согласно данным всероссийского телефонного опроса, проведенного Фондом «Общественное мнение» (ФОМ) 27–29 ноября 2020 года, отношение россиян к чиновникам и госслужащим в целом характеризуется как отрицательное [7]. Так, 74% опрошенных выразили негативное отношение, тогда как лишь 14% придерживаются положительного мнения.

При этом 13% затруднились ответить. При упоминании слов «чиновник», «госслужащий» у россиян возникают преимущественно отрицательные ассоциации. Наиболее часто упоминаются «вор, взяточник, коррупционер» (20%), «далекий от народа, заботится о личных интересах» (5%), «богатый, зажиточный, имеющий высокую зарплату» (5%), «недоверие, обман» (5%), «бездельник, тунядец» (4%), «бюрократ» (3%). Положительные ассоциации, такие как «нейтральные, положительные в целом» или «человек на своем месте, выполняет свои обязанности», встречаются значительно реже – 7% и 6% соответственно.

Представление о престижности профессии также невысоко: 69% россиян считают, что быть чиновником или госслужащим непрестижно, и лишь 15% полагают обратное. Интересно, что 55% населения в целом не хотели бы, чтобы

их ребенок работал чиновником или госслужащим, в то время как 32% выразили такое желание. Среди тех, у кого в семье уже есть госслужащие, доля желающих видеть своих детей в этой сфере выше (42%), но и здесь значительная часть (40%) не хотела бы этого.

Относительно сложности работы чиновника мнения разделились: 67% считают ее трудной, 15% – легкой, а 17% затруднились с ответом. Среди причин, по которым работа считается трудной, выделяются «большая ответственность, нужно принимать решения, от которых многое зависит» (26%), «работа с людьми, трудно всем угодить» (14%), «много обязанностей, много работы» (12%). Те, кто считает работу легкой, чаще всего указывают на то, что «чиновники бездельничают, ничего не делают» (5%), «это не физический труд» (3%) и «в этой работе нет ничего сложного» (3%).

Оценка качества работы большинства чиновников также преимущественно негативна: 61% россиян считают, что они работают плохо, и только 19% – хорошо. Среди причин неудовлетворительной работы называются «нет заботы о людях, плохая социальная политика» (13%), «бездельники, безответственные, много говорят – мало делают» (12%), «работают для себя, а не для людей» (10%), «все плохо, нет изменений к лучшему» (9%), «коррупционеры, взяточники» (7%). Те, кто оценивает работу положительно, отмечают, что чиновники «выполняют обязанности, стараются» (5%), «в стране есть изменения к лучшему» (4%), «заботятся о территориях, ремонте дорог» (2%).

Сравнение с прошлым показывает, что 34% россиян считают, что чиновники справляются со своими обязанностями хуже, чем 15–20 лет назад, 27% – так же, и 26% – лучше. При этом подавляющее большинство (84%) убеждены, что в России чиновников слишком много, и лишь 5% считают, что их столько, сколько нужно. Предложение сократить число чиновников, озвученное премьер-министром Михаилом Мишустиним, встретило широкую поддержку: 83% россиян относятся к нему скорее положительно.

Подводя итоги проведённого анализа, следует отметить, что имидж государственного служащего представляет собой многокомпонентную систему, которая складывается под воздействием разнообразных исторических и социокультурных детерминант, причём система эта характеризуется открытостью и динамизмом. В современных условиях работа по конструированию позитивного образа государственного служащего, как представляется, должна вестись по двум взаимосвязанным направлениям: с одной стороны, речь идёт о планомерном совершенствовании внутренних механизмов публичного администрирования, наращивании профессиональной компетентности и укреплении этических норм самих чиновников, а с другой стороны – об активном и транспарентном диалоге с обществом, применении современных коммуникативных инструментов для информирования граждан о реальных достижениях и трансформациях в системе государственной службы.

Для оптимизации имиджевых характеристик госслужащих целесообразно применять комплексные стратегии воздействия. Профессиональное развитие и непрерывное совершенствование квалификации выступают в качестве базовых элементов этого процесса. Систематическое обучение, узкоспециализированные тренинговые программы и семинары-практикумы способствуют расширению знаний и практических навыков служащего, что неизбежно повышает уровень его компетентности и профессионализма. Формирование доверительных отношений с обществом предполагает, что государственный служащий должен проявлять искренность и максимальную открытость при взаимодействии с гражданами. При этом он обязан не только стремиться к глубокому пониманию потребностей и интересов населения, что само по себе важно подчеркнуть, но и демонстрировать готовность оказывать качественную поддержку и содействие в решении насущных вопросов. Соблюдение высоких этических и моральных стандартов, в свою очередь, требует от госслужащего быть образцом непримиримости к коррупционным проявлениям и различного рода правонарушениям. Причём речь идёт не просто о формальном следовании

нормам, а о проявлении высокого уровня этичности поведения и справедливости при принятии управленческих решений, что на практике оказывается довольно сложной задачей с учётом множества противоречивых интересов различных социальных групп.

Активная вовлечённость в общественную жизнь означает, в свою очередь, что государственный служащий должен позиционировать себя как ответственный субъект социально-политических процессов, проявляя инициативность в решении насущных проблем и оперативно реагируя на запросы граждан, что в конечном счёте способствует формированию позитивного восприятия института государственной службы в целом.

Формирование позитивного имиджа государственного служащего – это сложная и многогранная задача, требующая комплексного подхода и активного участия всех заинтересованных сторон. Однако решение этой задачи имеет колоссальное значение для современной России, поскольку оно способствует укреплению доверия граждан к власти, повышению эффективности государственного управления и обеспечению стабильности общества. Позитивный имидж госслужащего – это не просто «картинка», а важнейший фактор, влияющий на будущее нашей страны.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 27.07.2004 № 79-ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации» (ред. от 29.09.2025) // Собрание законодательства РФ. – 2004. – № 31. – Ст. 3215.

2. Ардашев Р.Г. Особенности восприятия имиджа муниципальных служащих // Социология. – 2021. – №. 1. – С. 75-92.

3. Ерофеева Е.С. Формирование положительного имиджа государственного гражданского служащего в регионе // E-Scio. – 2023. – №. 1 (76). – С. 207-212.

4. Тхамокова С.М., Кармокова Х.Б. Роль интернет-маркетинга в формировании имиджа руководителя компании // Индустриальная экономика. – 2025. – №. 4. – С. 170-176.

5. Шепель В.М. Духовные истоки величия имиджа России: монография / В.М. Шепель. – Москва: Изд-во ИТРК, 2020. – 511 с.

6. Шилова Д.А. PR-стратегии и продвижение имиджа современного российского политика в социальных сетях: на примере губернатора ХМАО НВ Комаровой // Контентус. – 2021. – №. 9 (110). – С. 14-21.

7. Чиновники и государственные служащие: данные всероссийского телефонного опроса 27–29 ноября 2020 г. // Фонд общественного мнения [Электронный ресурс]. – URL: <https://media.fom.ru/fom-bd/d48chn2020.pdf> (дата обращения: 30.11.2025).