

УДК 32.019.52

***ИМИДЖ ГОСУДАРСТВЕННОГО СЛУЖАЩЕГО: ПОНЯТИЕ,
ХАРАКТЕРИСТИКИ, ПРОЦЕСС СОЗДАНИЯ***

Блохин Д.А.

Бакалавр

Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского

Калуга, Россия

Медведева О.С.

К.э.н., доцент,

Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского

Калуга, Россия

Аннотация: Данная статья посвящена проблеме формирования имиджа государственного служащего. Актуальность исследования заключается в том, взаимодействие органов государственной службы и населения критически важно для формирования доверия и позитивного имиджа власти. В представленной статье рассматривается понятие имиджа госслужащего и его составляющие, представлены точки зрения авторов по данному вопросу и обобщены направления формирования позитивного имиджа госслужащего.

Ключевые слова: имидж, имидж государственного служащего, государственная служба, образ государственного служащего, формирование имиджа.

***THE IMAGE OF A CIVIL SERVANT: CONCEPT, CHARACTERISTICS,
PROCESS OF CREATION***

Blokhin D.A.

undergraduate

Kaluga State University named after K.E. Tsiolkovsky

Kaluga, Russia

Medvedeva O.S.

Candidate of Economics, Associate Professor,

Kaluga State University named after K.E. Tsiolkovsky

Kaluga, Russia

Abstract: This article is devoted to the problem of forming the image of a civil servant. The relevance of the study lies in the fact that the interaction of public authorities and the public is critically important for building trust and a positive image of the government. The presented article examines the concept of the image of a civil servant and its components, presents the authors' points of view on this issue and summarizes the directions of forming a positive image of a civil servant.

Keywords: image, image of a civil servant, public service, image of a civil servant, image formation.

В современном обществе взаимодействие между органами государственной службы и населением имеет все более нарастающее значение. Различные аспекты разногласий между данными категориями ведут за собой негативный отклик в виде снижения доверия и имиджа к государственной службе. Одним из немногих эффективных способов налаживания взаимодействия населения с государственными органами являются различные программы и проекты. Они не только способствуют сплочению населения, формируя позитивный имидж государственной службы, но и служат эффективным инструментом обратной связи. Благодаря таким проектам государственные органы могут выявлять запросы и потребности населения, узнавать о причинах недовольства и улучшать свою работу на основе полученной информации. Формирование позитивного имиджа государственной службы происходит также на основе персональных характеристик самих служащих, их профессионализма, доброжелательности и готовности к диалогу с

населением. Это не менее важный фактор, чем реализация государственных программ и проектов.

Термин «имидж» имеет различные трактовки, в зависимости от его сферы. В таблице №1 представлены различные определения термина «имиджа» в зависимости от его сферы.

Таблица 1 – Термин «имидж» и его характеристика в различных отраслях

Сфера использования	Характеристика
Имидж, как понятие политического лидера [7]	«Имидж, или образ кандидата, включает внешность, должность, профессию и программу кандидата, биографию, свершения, хобби, манеру вести беседу, комплекс убеждений, намерений и многое другое, а также «легенду» - реальные или мифологизированные события из жизни кандидата, которые делают его в общественном сознании более достойным высокой должности, чем остальные так называемые рядовые претенденты»
Имидж в психологии по [3]	«Имидж – это особый психический образ, сильно и определенным образом влияющий на эмоции, поведение и отношения личности или группы, а следовательно – на их предпочтения и выбор»
Имидж, как средство индивидуального самовыражения [9]	«Система социального программирования духовной жизни и поведения субъектов (индивидов и групп) общецивилизационными, ментальными стереотипами и символами группового поведения, опосредованную мощью мотивации успеха, эталоном желаемого впечатления, миметическими способностями субъекта и ситуацией»

Итак, можно предложить, что «государственный имидж» представляет из себя совокупность представлений, стереотипов и оценок, формируемых у населения как внутри страны, так и за рубежом, о государстве в целом, его политическом режиме, экономике, культуре, социальной сфере, внешнеполитической деятельности, а также о государственных служащих. Имидж государственного служащего и имидж государственной службы тесно переплетены между собой. Государственный имидж формируется из множества составляющих. К ним относятся: восприятие правительства, столицы и вооруженных сил, оценка социально-экономической и деловой сферы, культурный контекст и историческое наследие, репутация производимых товаров и услуг, влияние текущих событий; а также внутренний и международный имидж государственных структур, включая политические

партии и оппозиционные движения. Государственный имидж – это стратегический ресурс, определяющий место страны как во внутренней, так и в международной арене. Его влияние распространяется на все сферы жизни, формируя внутреннюю стабильность и определяя внешнеполитические возможности.

Внутренние аспекты, подразумевают за собой, что позитивный государственный имидж укрепляет национальное единство, стимулируя патриотизм и чувство принадлежности. Он повышает доверие граждан к власти и государственным институтам, способствуя внутренней стабильности и предотвращая социальные конфликты. Кроме того, привлекательный имидж страны напрямую влияет на экономическое развитие, привлекая инвестиции, развивая туризм и стимулируя экономический рост. Эффективность государственного управления и его прозрачность также тесно связаны с формируемым имиджем.

Внешние аспекты, подразумевают за собой, что на международной арене, положительный государственный имидж облегчает установление и поддержание дипломатических отношений, способствует международному сотрудничеству и заключению выгодных соглашений. Он привлекает иностранных инвесторов, стимулирует развитие туризма и улучшает экспортные возможности. Сильный государственный имидж усиливает геополитическое влияние страны, повышает её международный авторитет и помогает защищать национальные интересы, противодействуя негативной пропаганде.

Доверие населения и положительный имидж государственной службы находятся в тесной взаимозависимости: высокое доверие способствует формированию позитивного имиджа, а низкое – его подрывает. Прямая корреляция очевидна: доверяя государству, граждане позитивнее оценивают работу госслужащих, веря в их компетентность, эффективность и стремление действовать в общественных интересах. Это, в свою очередь, создаёт обратную связь – положительный имидж госслужбы укрепляет доверие, поскольку

Дневник науки | www.dnevniknauki.ru | СМИ Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

профессионализм, прозрачность и результативность работы чиновников повышают авторитет власти. В результате, высокое доверие и положительный имидж повышают эффективность государственного управления, стимулируя сотрудничество граждан и соблюдение законов. Однако, факторы, такие как коррупция, кумовство, некомпетентность и непрозрачность, негативно влияют на оба аспекта. Напротив, прозрачность, подотчетность, борьба с коррупцией и повышение профессионализма способствуют росту как доверия, так и имиджа. Ключевую роль здесь играет эффективная коммуникация: открытость, доступность информации и честное общение помогают преодолевать недоверие и укреплять позитивное восприятие государственной службы.

Можно сказать, что каждый служащий – это живая иллюстрация работы всей системы. На основе Всероссийского телефонного опроса, проведенного Фондом Общественным Мнением, среди 1000 респондентов, был проведен опрос, посвященный ассоциациям, возникающим у людей при упоминании слов «чиновник» и «госслужащий», выявил преобладание негативного восприятия. Подавляющее большинство респондентов (75%) связывают эти понятия с чем-то отрицательным, указывая на коррупцию, воровство и злоупотребление властью. 25% опрошенных выразили прямое негативное отношение, используя такие выражения, как "расстрелять или повесить", что свидетельствует о глубоком недоверии и раздражении по отношению к данной категории людей.

Значительная часть респондентов (20%) напрямую ассоциирует чиновников с преступными деяниями: воровством, взяточничеством, казнокрадством. Это указывает на распространенность мнения о системной коррупции в государственном аппарате.

Лишь меньшинство (7%) имеет нейтральное или положительное отношение, характеризуя чиновников как обычных людей, выполняющих свою работу. Даже среди тех, кто отмечает положительные аспекты, часто присутствует оговорка, что это относится лишь к отдельным представителям, а не к системе в целом [4].

Другие распространенные ассоциации включают: отстраненность от народа и заботу о личных интересах (5%), богатство и высокую зарплату (5%), недоверие и обман (5%), бюрократию (3%) и безделье (4%) [10].

Небольшая часть опрошенных (3%) отметила неоднозначность своих ассоциаций, подчеркивая наличие как хороших, так и плохих представителей среди чиновников. Однако, преобладание негативных оценок и ярко выраженное недоверие ясно указывают на серьезную проблему общественного восприятия госслужащих [10].

Таким образом, доверие и авторитет государственной службы напрямую зависят от поведения отдельных служащих: профессионализм, честность и открытость укрепляют репутацию, тогда как коррупция или некомпетентность одного чиновника моментально подрывают доверие к системе в целом.

Формирование имиджа – процесс сложный и многогранный, зависящий не только от действий самого субъекта, но и от восприятия его окружающими. Персональные характеристики воспринимающего играют важную роль в формировании этого образа. То, как именно человек воспринимает государственного служащего, во многом определяется его собственным опытом, ценностями, убеждениями и ожиданиями. Поэтому один и тот же служащий может иметь совершенно разный имидж у разных людей. В современных научных исследованиях вопрос формирования имиджа, особенно государственного служащего, изучается достаточно широко. Различные авторы предлагают свои модели и подходы к анализу этого феномена. Интересные концепции представлены в работах ряда исследователей:

Рябова Т.М. придерживается системного подхода, рассматривая формирование образа государственного служащего как результат взаимодействия индивидуальных качеств, уровня компетентности, внешних атрибутов (одежда, стиль, коммуникативные навыки) и имиджа самого государственного органа [6].

Портнягина Е.В. и Фортуняк А.В. акцентируют внимание на коммуникативной составляющей, подчеркивая важность взаимодействия государственного служащего с различными группами населения, коммерческими структурами, представителями гражданских инициатив и органами власти [5].

С.А. Сидоров, анализируя медийное восприятие имиджа госслужащего, обобщает различные точки зрения и предлагает направления формирования позитивного образа в контексте работы со СМИ и массовыми коммуникациями [1].

Таким образом, современные исследования демонстрируют многогранность процесса формирования имиджа государственного служащего, подчеркивая значимость как субъективных факторов (личностных качеств, коммуникативных навыков), так и объективных (взаимодействие с обществом, медийное освещение). В настоящее время в России существует ряд программ государственной поддержки малого бизнеса, которые помогают предпринимателям получить доступ к финансированию, консультациям и другим ресурсам [8]. Государственная поддержка в сфере малого и среднего предпринимательства заключается в льготной аренде имущества, банковском страховании и других мерах [2].

Формирование позитивного имиджа государственных органов – это естественное следствие эффективного государственного управления. Задача государства не просто управлять, но и целенаправленно культивировать положительный общественный образ, создавая для этого необходимые условия. Федеральный проект «Государство для людей» это попытка сделать так, чтобы взаимодействие с государством стало проще и удобнее для обычных людей, т.е. чтобы государство работало на людей, а не наоборот, чтобы граждане чувствовали себя не заложниками бюрократии, а полноправными участниками жизни страны. По данным за 2024 год проект «Государство для людей» реализовалось 34 федеральных и 85 региональных сервисов «жизненные Дневник науки | www.dnevniknauki.ru | СМИ Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

ситуации», которые подразумевают за собой наиболее распространённых событий, с которыми сталкивается гражданин. Также сервисами «жизненные ситуации» воспользовались более 1,5 миллиона человек. Данные за 2024 год демонстрируют позитивную динамику в улучшении взаимодействия между государством и населением. Это указывает на повышение доступности государственных услуг и упрощение процедур взаимодействия, что способствует улучшению качества жизни граждан и укреплению доверия к государственным структурам, тем самым попытке повышению имиджа [10].

Формирование положительного имиджа государственного служащего является важным фактором, влияющим на доверие граждан к власти, эффективность работы государственных органов и, в конечном итоге, выступает как «инвестиция» в будущее, обеспечивающая социальную стабильность и развитие общества. При этом важно сосредоточить усилия всех заинтересованных сторон – представителей государственной власти, социальных организаций с тем, чтобы поочередно реализовывать мероприятия по развитию и укреплению системы социального обслуживания населения и взаимодействия с органами власти [4].

Подводя итог, можно отметить, что формирование положительного государственного имиджа реализуется из вовлеченности государственного служащего в жизнь населения и качества его работы, который представляет из себя разработку различных программ и проектов для улучшения жизни граждан.

Библиографический список

1. Сидоров С.А. Имидж государственного служащего: понятие, характеристики, процесс формирования // Экономика и социум. – 2019. - №1 (56). [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-gosudarstvennogo-sluzhashego-ponyatie-harakteristiki-protsess-formirovaniya/viewer> (дата обращения: 04.03.2025).

2. Кисюгло, Т. В. Государственная поддержка малого бизнеса / Т. В. Кисюгло, О. С. Медведева // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2023. – № 5-2(99). – С. 12-16. – DOI 10.24412/2411-0450-2023-5-2-12-16. – EDN FLLNMU.
3. Ковальчук А. С. Основы имиджологии и делового общения: Учебное пособие для студентов вузов. 3-е изд., перераб. и доп. Ростов н/Д: изд-во «Феникс», 2004. – 256 с.
4. Медведева, О. С. Государственная поддержка пенсионеров в России / О. С. Медведева, Я. О. Плешакова // Инновационная экономика и современный менеджмент. – 2020. – № 3(29). – С. 30-34. – EDN UDVZMX.
5. Портнягина, Е.В., Фортуняк, А.В. Проблема формирования позитивного имиджа государственных служащих РФ как направление государственной политики // Educatio. 2015 №4 (11). С. 127-131.
6. Рябова, Т.М. Технологии формирования образа государственного гражданского служащего // Т.М. Рябова / Социальная политика и психология. 2017 – №2 – 155–163.
7. Селентьева, Д. О. Политическая имиджология: учебник для вузов / Д. О. Селентьева. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2025. – 164 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-06386-8. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/561574> (дата обращения: 04.03.2025).
8. Субботина, Т. Н. Проблемы взаимодействия государства и бизнеса в условиях современной социальной политики / Т. Н. Субботина, А. А. Смирнов // Вектор экономики. – 2019. – № 8(38). – С. 62. – EDN SJXQXH.
9. Федоров, И. А. Индивидуальный имидж как феномен духовной жизни общества: автореферат дис. доктора социологических наук: 22.00.06/ Тамбовский гос. ун-т. – Москва, 1999. – 36 с.
10. Чиновники и государственные служащие // Актуальные темы общественного мнения / [Электронный ресурс] URL: <https://media.fom.ru/fom-bd/d48chn2020.pdf> (дата обращения: 04.03.2025).

Оригинальность 76%